

Alessandro Zucchelli

# IL COMPRENDONIO

Perché è tanto difficile farsi capire  
dagli altri

Dedicato a Sonia.

## Nota

Questo testo viene riprodotto quasi integralmente dalla versione pubblicata nel 1995. Non disponendo dell'ultima versione consegnata all'editore (Firenze Libri – diritti ormai assolti), sono possibili alcune discordanze; inoltre, vengono inserite alcune note di aggiornamento, in rosso. Questo testo è ormai di libera diffusione alla sola condizione di non modificarlo: assumo la responsabilità soltanto della versione che viene pubblicata sul mio sito, mentre di ogni copia lascio a chi la scarica il compito di informare per le modifiche eventualmente apportate.

Per chi volesse la versione pubblicata: prenda contatti con me per l'acquisto e l'invio, se è rimasta ancora qualche copia.

## 0. Introduzione

### 0.1. Presentazioni.

#### 0.1.1. L'autore: Alessandro Zucchelli

Nato il 5.6.46, laureato in pedagogia presso l'Università Cattolica di Milano con tesi sperimentale in Psicologia sulle motivazioni all'umorismo, mi sono occupato di insegnamento. Sono passato dalla scuola media inferiore e superiore, a forme di insegnamento più sofisticate, contribuendo per esempio ad un progetto della CEE per la riqualificazione dei quadri agricoli, per passare alle tecniche psicoterapeutiche, applicate per tredici anni in qualità di libero professionista. Durante questo periodo, iniziato seguendo la scuola freudiana, ho condotto una ricerca personale sul miglioramento delle tecniche, studiando ipnosi e bio feed back, training autogeno analitico e analisi immaginativa: per quest'ultima sono stato anche socio fondatore della Società Italiana degli Psicoterapeuti dell'Analisi Immaginativa (S.I.P.A.I.) e didatta presso la Scuola Superiore di Formazione in Psicoterapia di Cremona.

La ricerca comunque non aveva ancora portato ad esiti soddisfacenti, ed ho deciso di rinunciare all'attività di psicoterapeuta, per poter esaminare il problema con animo più sereno, dall'esterno. Mi sono occupato di tecniche mnemoniche e di televisione, ed ho addestrato il mio pensiero logico imparando a programmare personal computer (GWBasic e C) fino a pubblicare programmi per una rivista specializzata.

Nel contempo approfondivo gli studi che mi hanno portato alla scoperta dei Corsi di Formazione Personale, dove l'intervento psicoterapeutico viene sostituito da attività didattica, ed ormai da sei anni sono orientato su questa strada, occupandomi quindi completamente di insegnamento, tanto che ho anche rinunciato all'iscrizione all'Albo degli Psicoterapeuti<sup>1</sup>.

Tra i maestri che maggiormente hanno influito sulla mia formazione, cui va un particolare ringraziamento:

- \* il Prof. Costante SCARPELLINI<sup>2</sup>, docente di psicologia all'Università Cattolica a Milano e a Brescia, che mi ha fornito le basi per una mentalità di ricerca nel settore;
- \* il dott. Guglielmo GULLOTTA, autore, tra l'altro, di *Commedie e drammi del matrimonio*, che mi ha iniziato alla conoscenza della Pragmatica della Comunicazione;
- \* il compianto dott. Pasqualino FREZZA, mio psicanalista e didatta;
- \* il compianto Prof. Gian Mario BALZARINI, ideatore dell'Analisi Immaginativa e fondatore della Scuola Superiore di Formazione in Psicoterapia di Cremona;
- \* Robert WALSH, docente dei Corsi *W.L.D.* (Worldwide Leadership Development);
- \* La vasta clientela che, quando ancora non esisteva l'Albo degli Psicoterapeuti, si è affidata a me, credendo di essere nevrotica, e di fatto mi ha insegnato come si fa a vivere quando si è in difficoltà

---

<sup>1</sup> Attualmente mi occupo di formazione del personale di piccole e medie aziende, e di problemi carcerari

<sup>2</sup> Che ci ha lasciati il 20 luglio 2003

## **0.2. Premessa.**

Questo studio sulla comunicazione nasce a seguito di lunghe esperienze, anche come psicoterapeuta, alla ricerca di che cosa costituissero il problema del cliente e di quali fossero le strategie per affrontarlo. Dopo quindici anni di attività come libero professionista, durante i quali ho impiegato diverse tecniche, dal metodo psicanalitico al bio feed back, dall'ipnosi all'Analisi Immaginativa, ho voluto staccarmi dalla professione, e dedicarmi all'insegnamento, per riflettere su quanto appreso senza la responsabilità del trattamento.

Assieme a mia moglie Sonia abbiamo rivisto in modo critico il concetto di nevrosi, ponendolo a confronto da una parte con una visione allargata della pedagogia, e dall'altra con gli sviluppi dei contributi della Scuola di Palo Alto, che avevo avuto modo di conoscere fin da prima che pubblicasse in Italia, ancora nel '69.

Ci occuperemo in altra sede della visione allargata della pedagogia: qui basti un breve accenno all'estensione del valore pedagogico ad ogni esperienza fatta dall'individuo, fin dalla vita intrauterina.

Dato che ogni esperienza determina, a volte anche solo in minima parte, altre volte in modo decisivo, il modo di vedere e di affrontare la realtà, allora ogni esperienza diventa educativa, e l'educatore non è solo l'esperto di programmi scolastici o di valori sociali, ma anche e soprattutto il competente del rapporto di causa ed effetto tra episodio e conseguenze sulla personalità. In questa luce, la comunicazione diventa un'esperienza particolare, in quanto in grado di produrre cambiamenti senza richiedere l'esperienza diretta con la realtà.

Quando esperienze e comunicazione vengono amministrare in modo adeguato, si possono ottenere risultati meravigliosi; quando invece non vengono amministrare, ma si susseguono secondo criteri indipendenti, è possibile che creino danni, e gli effetti di esperienze e comunicazioni inadeguate hanno tutte le caratteristiche che la psicodiagnostica attribuisce alle nevrosi, talvolta anche alle psicosi.

La teoria è avvincente: la proposta di negare il concetto di nevrosi sostituendolo con quello di disagio psicologico, dove la differenza fondamentale sta nel rifiuto di pensare a malattie mentali, attribuendo lo star male che prova la persona ad effetti inadeguati delle esperienze e delle comunicazioni ricevute.

Assieme a Sonia abbiamo fatto di più: abbiamo anche messo in pratica questa idea, creando i Corsi di Formazione Personale, dove utilizziamo tecniche pedagogiche (esperienze e comunicazione) per affrontare alcuni dei problemi che di solito vengono ritenuti competenza della psicoterapia.

A tutt'oggi sono più di cento i nostri ex allievi: stanno tutti bene<sup>3</sup> ed hanno tutti imparato, chi più, chi meno, ad affrontare i loro problemi. I nostri Corsi di Formazione Personale sono residenziali, durano un solo fine settimana, e non ammettono più di sei allievi per ogni corso. Prima dell'iscrizione viene richiesto un colloquio per appurare che le metodologie che impieghiamo possano essere efficaci. Talvolta infatti abbiamo suggerito a chi ci chiedeva di iscriversi di ricorrere piuttosto ad una psicoterapia classica: questa scelta non è stata mai determinata da ipotesi di essere in presenza di malattie mentali, ma dal ritenere troppo condensato e rapido un corso che, per motivi tecnici, abbiamo scelto di contenere in 26 ore di lezioni, dal venerdì pomeriggio alla domenica sera.

---

<sup>3</sup> Adesso gli ex allievi sono circa 130. Questi corsi non si svolgono più da qualche anno, in quanto richiedevano energie eccessive rispetto al mio stato di salute. Comunque non abbiamo notizia di persone che non abbiano tratto vantaggio dai corsi.

Di qui il presente studio sulla comunicazione: a seguito delle esperienze concrete dei Corsi di Formazione Personale, ce la sentiamo di proporre una revisione della teoria di P. Watzlawick ad uso non solo degli psicologi, ma anche e soprattutto di quanti hanno attività educativa, non necessariamente laureati in pedagogia. Insegnanti, genitori, medici, venditori, e comunque quanti abbiano contatti con gli altri sono i destinatari di questo volume, che cerca di mettere d'accordo la semplicità dei termini con la correttezza scientifica. Dato che il compromesso non è semplice, per chi non avesse dimestichezza con le astrattezze filosofiche il suggerimento è quello di non lasciarsi spaventare: le superi, e continui a leggere, e solo se, qualche pagina più avanti, dovesse avere il sospetto che la frase saltata fosse determinante, mi mandi pure qualche accidente, e si sforzi di capirla, ma questo non dovrebbe succedere mai.

Infine, chiedo scusa alle donne: non sempre mi è stato possibile girare la frase in modo che possa essere rivolta in seconda persona indifferentemente ad un uomo o a una donna. Per questo, quando non ci sono riuscito, ho dovuto scegliere un genere, ed ho scelto quello maschile, ma tutto va inteso, ovviamente, anche come rivolto al femminile.



## 1. Non sempre è colpa di chi non capisce.

È singolare come vi siano alcune abilità per cui si ritenga importante andare a scuola ed imparare, ed altre che invece vengano considerate come innate, o comunque non degne dell'impegno di studio.

La matematica, per esempio, è generalmente considerata un'abilità da coltivare, mentre per l'intelligenza nessuno si dà da fare per aumentarsela, come se per ciascuno il proprio livello fosse già più che sufficiente.

Anche per la capacità di farsi capire avviene la stessa cosa, con qualche variante: infatti, almeno fino al secondo anno di scuola superiore, viene previsto l'insegnamento dell'Italiano non solo come storia della letteratura ma anche come capacità di comunicare, benché nessuno o quasi degli insegnanti di Italiano si senta in dovere di insegnare come si faccia a farsi capire. Si fanno svolgere temi, si corregge l'ortografia, la grammatica e la sintassi, ma nessuno entra in merito alla capacità di comunicare, quasi che fosse immutabile, per cui alcuni studenti sono inesorabilmente condannati all'insufficienza, mentre altri appaiono destinati alle glorie della letteratura, senza che nessuno pensi di poter modificare la linea di demarcazione tra le due categorie.

Osservando meglio il fenomeno, ci si accorge che moltissimi tra quanti non hanno successo nella capacità di farsi capire sono i primi a non voler migliorare la loro condizione, quasi sempre ritenendo di essere degli incompresi, come se stesse agli altri fare degli sforzi per comprendere ciò che vogliono dire, e non a loro imparare a farsi capire.

Per la verità, questo atteggiamento riguarda anche molti di coloro che hanno qualche capacità di farsi capire: anche per questi il farsi capire viene considerato una dote immutabile, per cui non sia il caso di impegnarsi a conseguire più di quanto abbia già donato la Sorte. Praticamente, di fronte al problema della comunicazione, la quasi totalità delle persone ritiene che essere capita sia un diritto, e che non capire sia una colpa, anche se, quando capita a loro di non riuscire a capire una comunicazione, accusano subito il trasmettente di scarsa chiarezza se non addirittura di mala fede.

In altri termini, il fatto che tu stia leggendo queste righe fa già di te un essere eccezionale, perché è molto raro che ci si occupi di migliorare il proprio modo di comunicare. Ciò non toglie che, come avrai modo di constatare, per quanti non approfondiscono, questo tema rimanga la condanna ad essere incompresi, anche se credono di essere capaci di farsi capire.

Non è comunque il caso di giudicare male queste persone: il motivo per cui, di solito, non si prende in considerazione la possibilità di migliorare il proprio modo di comunicare ha radici profonde nella storia individuale.

Per capirlo, prendiamo in considerazione quello che accade ad un bambino piccolo: fin dalla prime parole, balbettate e storpiate, i genitori gli danno l'impressione di capirlo perfettamente, non solo perché di fatto è molto facile comprendere i semplici messaggi di un bambino piccolo, ma anche perché il bambino piccolo impara a dare il significato a ciò che dice da ciò che succede in conseguenza. Il basso numero di esigenze di un bambino piccolo, e la facilità nell'accontentarlo, comportano l'esperienza, da parte del bambino, di sentirsi capito, non perché sia facile capirlo, ma perché è semplice quello che sta dietro alle sue parole.

Si consolida quindi, a livello inconsapevole, una sintesi di questa esperienza, che collega l'amore dei genitori al sentirsi capiti, e che può essere espressa nella frase:

**chi ama capisce**

A questo vissuto, si è generalmente affiancata anche la conferma per contrario: quando i genitori erano adirati, il vissuto del bambino era quello del non sentirsi capito, rendendo vera la frase complementare:

### chi non ama non capisce

La convinzione che per capire si debba amare è molto diffusa, ed apparirebbe attendibile, se si sapesse definire cosa si intende per amore. Troppo spesso, infatti, avviene che due giovani credano di amarsi in quanto credono di capirsi, e solo dopo il matrimonio si accorgano che non si capiscono e ne deducano che non si amano. Di fatto la capacità di capire la comunicazione altrui ha con l'amore lo stesso legame che questo ha con l'arte culinaria: se è innegabile che ci sono persone che imparano a cucinare per amore, è anche vero che non occorre sedurre i cuochi per poter pranzare bene al ristorante, e spesso un cuoco professionale cucina molto meglio di un coniuge innamorato.

Analogamente possibile che uno psicologo capisca il proprio cliente meglio di quanto lo capisca sua madre, ma non per questo lo psicologo deve essere innamorato del cliente.

Sicuramente, il sentirsi capiti dà molto piacere, in quanto dimostra la possibilità di abbandonarsi nelle braccia di chi ci comprende, ma è assolutamente falso, come dimostreremo più avanti, che l'amore aumenti la capacità di capire.

Ciò non toglie che l'equivoco rimanga, e che per quasi tutti sentirsi capiti sia sintomo di amore: probabilmente si fonda su questa confusione anche il transfert psicanalitico, dove il paziente che si sente capito e che non può, per via della parcella, parlare di trasporto amoroso da parte dello psicanalista, ricorre al termine tecnico per spiegarsi una sensazione che altrimenti lo metterebbe a disagio.

Dall'equivoco in merito al legame che dovrebbe esistere tra comprendere ed amare deriva anche la tendenza a porre il ricatto: *dimostrami che mi ami, e sforzati di capirmi!*

In altre occasioni, lo stesso equivoco viene utilizzato per confermare un sospetto: *lo vedi che non mi ami? Non mi capisci!*

Quale che sia la relazione, con il coniuge o con un collega di lavoro, l'impiego della comprensione come termometro dell'amore si dimostra molto efficace per dimostrare ciò che si vuole. Due innamorati, generalmente, non si capiscono, ma si sentono capiti reciprocamente, e molto della seduzione consiste nel confermare al partner che l'identità di vedute è assoluta, annullando qualsiasi impegno nella comunicazione, in un sogno di intesa senza parole. Ho conosciuto coppie di fidanzatini convinti di possedere doti telepatiche, tanto erano persuasi che la comprensione reciproca fosse assoluta. Che in realtà non si capissero, lo si vide qualche mese dopo, quando litigarono per la restituzione di TUTTI i regali che si erano fatti quando credevano di amarsi.

Con gli estranei, invece, il teorema dell'amore che consente di capire viene utilizzato in senso inverso, per dimostrare che chi non capisce, di fatto odia: c'è sempre un collega che *non vuol capire* quanto mi dia fastidio il fatto che dimentichi di chiudere la porta, o che tenga aperta la finestra, o il modo con cui risponde al telefono, eccetera. Se non è facile scoprire tutto questo sulla propria pelle, è sicuramente evidente a proposito di qualche conoscente, ed è alla portata di tutti scorgere la tendenziosità di chi mira a non essere capito per dimostrare di non essere amato.

Essere capiti non dipende quindi da quanto si è amati, ma dalla capacità, acquisita, di farsi capire.

L'impiego efficace della comunicazione è un po' come la storia della medicina: per molto tempo l'arte di guarire è stata coltivata in base all'esperienza, ed era credibile che si trattasse di possedere doti

innate per poter esercitare la professione di medico. Fino a che l'alchimia non è stata sostituita dalla chimica, la scelta del rimedio era determinata dal buon senso del medico che aveva molta più facilità a guarire che non a spiegare come facesse. Con l'avvento della chimica, e con la possibilità di inserire un criterio scientifico nella verifica della validità dei rimedi, le potenzialità del medico sono state aumentate notevolmente, rendendo insignificante il peso di qualsiasi tipo di predisposizione alla professione. Mentre una volta, il *buon medico di famiglia* doveva essere una persona affabile e gradevole, paziente e disponibile, oggi queste doti passano molto in secondo piano se manca una adeguata competenza scientifica.

Analogamente nella comunicazione: se ciascuno conosce persone che sanno farsi capire particolarmente bene ma che non saprebbero spiegare come facciano, di fatto lo studio delle tecniche comunicative consente a chiunque, anche senza esperienze di successo, di acquisire le medesime abilità, e forse anche superiori, dato che la conoscenza è in grado di superare le eventuali predisposizioni.

Io non credo esistano predisposizioni innate, né alla pratica della medicina né all'impiego efficace della comunicazione: ritengo che le differenze nei risultati trovino la causa nell'esperienza. Un bambino che, per caso, riesce a farsi capire meglio di suo fratello o dei suoi compagni di classe, avrà maggiori motivazioni dei coetanei nel mantenere il successo, creando in questo modo le premesse per ulteriori successi, e quindi motivazioni più forti. Se a questo aggiungiamo che, per un buon successo nella comunicazione, occorrono anni di esercizio, si spiega come mai chi ha incominciato presto abbia anche ottenuto risultati tali da scoraggiare gli altri a cominciare tardi, inducendo a ritenere che la propria abilità sia congenita e non derivata dall'esperienza.

Invece, e l'osservazione lo conferma, ciascuno può apprendere le tecniche per migliorare la comunicazione, anche se la lettura di un testo, per valido che sia, è solo il primo passo di una strada densa di esercizi e di tentativi.

### **1.1. Non si può sapere se si ha capito.**

Il primo scoglio nella conoscenza delle tecniche di comunicazione consiste nell'impossibilità di sapere se si ha capito, anche se tutti sono convinti di avere l'esperienza di aver capito. Tuttavia, anche io che sto scrivendo sono consapevole che vi sarà una differenza non conoscibile e tantomeno misurabile tra ciò che io intendo dire in questo libro, e quello che tu finirai per capire.

Una prima dimostrazione di questa affermazione consiste nell'analisi del processo mentale. Il mio pensiero è molto difficile da conoscere da parte mia, non perché io sia un tipo strano, ma perché, per il pensiero, sapere cosa pensi è un po' come mangiarsi la coda. Quale sarà la parte del pensiero che si mette ad osservare il pensiero che pensa per sapere cosa stia pensando? Al di là dell'apparente gioco di parole, chiunque cerchi di sapere cosa stia pensando perde il filo molto facilmente, e per saperlo non ha che da esprimerlo, per esempio scrivendolo, per poi rileggerselo<sup>4</sup>.

Il pensiero quindi comporta già un notevole problema al momento in cui viene tradotto in parole.

---

<sup>4</sup> Provare per credere: prendi un foglio, e scrivi, adesso, quello che pensi dei problemi della comunicazione, cercando di essere il più fedele possibile ai tuoi pensieri. Sapendo che si tratta di un esperimento per dimostrare una mia tesi, o credi a quanto sostengo, e neanche ti impegni a verificare, oppure ti impegni ad eseguire quanto ti suggerisco: se ti sforzi hai modo di accorgerti della difficoltà a trovare le parole per esprimere quello che stai pensando. Una volta scritto il foglio, segna in alto il numero di questa pagina, e mettilo come se fosse un segnalibro qualche pagina prima dell'indice di questo libro, in modo da ritrovarlo, quando arriverai a leggere quelle pagine, e verificare la difficoltà necessaria per riprendere la condizione in cui hai scritto il foglio, per re-interpretare il tuo scritto. Attenzione, perché molto spesso, quando si ritrova questo tipo di foglietti, si dà un'occhiata, non si capisce niente o quasi, e si buttano via prima di ricordare a cosa servivano!

Nella comunicazione queste parole devono essere pronunciate davanti a qualcuno che le ascolta, e questo qualcuno deve, per capirle, operare il procedimento inverso, traducendo le parole in un suo pensiero: è immaginabile quanto diventi difficile, per chi ricostruisce il pensiero in base alle parole ascoltate, che il risultato finale sia identico a quello originale.

La differenza tra il pensiero originale, di chi trasmette il messaggio, e quello finale, di chi lo riceve, non è misurabile. Questo significa che a volte la differenza è trascurabile, altre è determinante: il guaio sta nel fatto che, non essendo misurabile, lo si scopre solo quando è troppo tardi. La differenza non è misurabile per lo stesso motivo per cui non è possibile verificare la coincidenza. Se qualcuno fosse in grado di conoscere il pensiero di chi trasmette un messaggio e di poterlo confrontare col pensiero di chi lo riceve, si potrebbe in qualche modo ridurre la probabilità di queste differenze ma, purtroppo, questo qualcuno non esiste e non è nemmeno pensabile e, se dovesse esistere, non sarebbe comunque in grado di comunicare con gli interessati.

Un esempio dell'impossibilità di misurare la differenza tra ciò che si dice e ciò che viene capito, è costituito dalla necessità di mediatori, per esempio quando si tratta di acquisti importanti. Se chi compra e chi acquista fossero sicuri di essere capiti per quello che dicono o addirittura che scrivono su un contratto, non avrebbero bisogno di ridurre i margini di guadagno versando una provvigione a chi invece ha il solo compito di ridurre le probabilità di equivoco nella loro comunicazione. Da notare che il mediatore prende la sua quota anche se poi i due dovessero finire in tribunale per non essere riusciti a capirsi al momento del contratto: il mediatore, cioè, non garantisce, e non può garantire, la coincidenza tra ciò che viene detto e ciò che viene capito. Questo non toglie che, nonostante il fatto che la comunicazione comporti equivoci con notevoli conseguenze sia sotto gli occhi di tutti e tutti i giorni, ciascuno si ostini a pensare che non sia il suo caso. Anche tu, che stai leggendo, con buone probabilità, sei in fondo convinto di capire quello che stai leggendo, e che questi ragionamenti siano sofismi: sacrosanti, perché, giustamente, non è mai possibile la coincidenza tra i pensieri di chi trasmette e di chi riceve il messaggio, ma puri sofismi di teorico pignolo. Quasi certamente sei convinto che questo non sia il tuo caso, che non ti riguardi, e che stai comprendendo quello che leggi con una precisione comunque sufficiente per ritenere di *aver capito*.

Dicono tutti così. Se qualcuno si accorgesse di non capire, infatti, smetterebbe di leggere, tornerebbe daccapo, comprerebbe altri sette volumi da consultare prima di proseguire.

Vedi: il guaio sta nel fatto che il criterio che tu utilizzi per decidere se hai capito o meno quello che sto scrivendo non si fonda sullo sforzo di sapere come la pensi io su questi argomenti, ma nella verifica della coerenza di quello che capisci, della possibilità, di trovare un senso nel messaggio ricevuto.

L'emergenza catastale consente i pungiglioni acquistando parametri inquietanti sulle acque tranquille. Ti ho dimostrato per contrario quello che intendevo: se stavi attento a quello che leggevi, ti sei trovato alle prese con una frase senza senso, e dato che la convinzione di capire si fonda sulla possibilità di dare un senso a quello che leggi, quando hai letto di catasto e di pungiglioni è come se fosse suonato un campanello d'allarme nella tua testa, chiedendoti di fermare, tornare indietro, e rileggere con calma. Potresti aver letto diverse volte la frase incriminata, prima di passare alla successiva, capire che si trattava di un esempio, e mandarmi qualche cordiale accidente. Se poi cominci a cadere nella spirale dell'ossessività, chiedendoti se stai capendo, allora la lettura viene rallentata, dubiti di aver capito, torni indietro di due frasi, poi di mezza pagina, ricominci il capitolo, convincendoti sempre più che non riesci a capire, perché l'ansia rallenta la memoria, per cui dimentichi il senso delle frasi, e finisci per annegare in un mare di incertezze. Molto meglio reagire, continuare a leggere come se non fosse importante capire, e rimandare ad una seconda lettura gli eventuali dettagli che proprio si ostinassero a rimanere oscuri.



Torniamo al problema della comprensione: poiché si ritiene di aver capito, nessuno si occupa di sapere cosa volesse intendere chi ha trasmesso il messaggio, anche perché non potrebbe saperlo, quindi si accontenta di trovare, all'interno del messaggio che ha ricevuto, elementi che lo rendano confrontabile con la propria esperienza e con le proprie aspettative. Quando due giovani si dichiarano il loro amore credono di capirsi in quanto

a. entrambi stanno amando, quindi credono di sapere cosa voglia dire amare

a-b. entrambi si aspettano di essere amati.

Di fatto, nessuno dei due sa cosa voglia dire amore, come, ritengo, non lo sai nemmeno tu che stai leggendo. Amore è sesso? Ma allora come sarebbe possibile l'amore tra persone malate, che non possono avere attività sessuale? Amore è sentimento? Ma allora come sarebbe possibile fidarsi a costruire una famiglia, se tutti sappiamo che il sentimento è variabile ed indipendente dalla volontà? Amore è voler bene? Ma allora chi decide cosa il bene della persona amata? E cosa vuol dire volere? Quanto è libero, chi è oggetto di amore, di fare ciò che vuole? Si potrebbe continuare ancora per molto. Di fatto, i fidanzati sono convinti di sapere quello che si dicono, e di capirsi, anche se non passa nemmeno per l'anticamera del loro cervello l'ipotesi di avere idee diverse in merito all'amore. A volte è necessario attendere qualche anno dopo il matrimonio per accorgersi della differenza del significato della parola amore per i due interessati, e se questo non succede, se il matrimonio resiste, allora non è merito dei coniugi, ma della fortuna che hanno avuto nel dare alla parola amore il medesimo significato, pur non avendo messa in atto alcuna verifica in merito.

Fermi! Non equivochiamo! Ho parlato di verifica sul significato della parola amore, e non verifica sulla sincerità: quasi tutti, durante il fidanzamento, mettono alla prova il partner sulla sua sincerità<sup>5</sup>, ma mi piacerebbe essere avvertito se qualcuno si è preoccupato, ai tempi in cui era fidanzato, di controllare che la parola amore avesse il medesimo significato per entrambi e, in tal caso, non avrebbe difficoltà a comunicarmi anche la definizione di amore sulla quale ha concordato con il coniuge!

L'importante, per ora, è accorgersi che i motivi per cui chi ha ricevuto un messaggio ritiene di averlo capito sono motivi del tutto soggettivi e che non hanno alcun valore reale: nessuno può giurare di aver capito, e le conseguenze dell'eventuale equivoco possono aspettare anni e decenni prima di rivelarsi in tutta la loro portata catastrofica.

## **1.2. I limiti del linguaggio verbale...**

Nella comunicazione il messaggio viene trasmesso mediante due canali, quello verbale e quello non verbale. Per maggiore chiarezza parleremo di *canale verbale* quanto i segnali utilizzati per comunicare possono essere definiti mediante un vocabolario, anche se questo vocabolario dovesse essere molto particolare; *non verbale*, invece, tutto quello che resta fuori dalla prima categoria. Al linguaggio verbale appartengono quindi non solo tutte le parole, ma anche alcuni gesti, quando ci sia un accordo sul loro significato: le affermazioni e le negazioni rappresentate mediante movimenti del capo appartengono alla categoria verbale, in quanto ormai diffuse nel loro significato come se fossero una parola. Lo stesso vale per l'abbigliamento: se nella maggior parte dei casi la scelta dell'abito comporta un messaggio non verbale, l'indossare una divisa diventa immediatamente un messaggio verbale, esistendo un accordo che consente di riconoscere il significato della divisa stessa. Invece l'urlo, e in generale il tono di voce nelle sue variazioni, benché sia emesso con la bocca, appartiene alla categoria

---

<sup>5</sup> Come vedremo in seguito, questo tipo di verifica sulla sincerità dell'interlocutore ha valore pressoché nullo, e serve solo per confermare la decisione già assunta in base ad altri criteri, di continuare nonostante tutto, o di troncarsi indipendentemente dalle proteste altrui.

non verbale, dato che non può esistere un accordo preciso sul significato. Classifichiamo come *non verbali* i gesti che comunicano affetto e quelli che esprimono l'aggressività, dall'intensità dello sguardo alla passione nel bacio, all'espressione del viso adirato alla forza del pugno. Ancora, generalmente non è *verbale* la scelta del tipo di carta su cui stampare un libro, la maggior parte dei gesti e delle espressioni del viso mentre si parla, la scelta dell'orario cui telefonare ad un amico, e così via<sup>6</sup>.

I confini tra verbale e non verbale variano da luogo a luogo e soprattutto da ambiente ad ambiente. Per esempio in teatro, o a Carnevale, molti messaggi generalmente non verbali passano nella categoria dei verbali, e anche il tono di voce può indicare l'imitazione di un preciso personaggio, diventando quindi componente verbale (esiste un accordo, sebbene implicito, sul significato delle variazioni del tono di voce, del comportamento, eccetera). Storicamente, nasce prima il linguaggio non verbale, comune agli animali: è talmente scomodo e difficile da amministrare che è stato quasi completamente soppiantato da quello verbale, lasciando al non verbale un ruolo generalmente di contorno e di integrazione.

Tuttavia anche il linguaggio verbale ha i suoi punti deboli, e non sono limitazioni da poco.

### **1.2.1. Il linguaggio verbale è fragile.**

Le bugie non sono una caratteristica del linguaggio verbale: chi vuol dire il falso in modo credibile sa che deve adeguare anche il comportamento, e d'altro canto gli attori sono in grado di dire cose completamente diverse da quelle che pensano, proprio perché utilizzano anche un comportamento coerente con le parole, e molto distante dai loro pensieri.

Tuttavia, quando sorge il sospetto di menzogna, allora il primo dubbio va sul linguaggio verbale, e la comunicazione scivola sul canale non verbale. Se si discute, e non si trova un accordo, prima si denuncia come falso ciò che dice l'interlocutore, utilizzando quindi il linguaggio verbale, ma successivamente la componente non verbale prende il sopravvento, cominciando dall'influenzare il tono ed il volume della voce, e poi, via via, lasciando lo spazio ai gesti che diventano percosse rendendo impossibile qualsiasi recupero di tipo verbale, a meno che non venga effettuato da un arbitro credibile da entrambi i contendenti.

In quest'ottica, la guerra diventa il passaggio al linguaggio non verbale, come conseguenza del dubbio sulla veridicità delle parole: quando il linguaggio verbale perde affidabilità, non c'è altra via dei fatti, lasciando al più forte il compito di stabilire chi ha ragione.

Ciò significa che non si arriva per caso alla guerra: dato che è molto più comodo il linguaggio verbale, nessuno preferisce immediatamente la via dei fatti. Persino il rapinatore, pistola alla mano, preferisce parlare, proponendo il fatidico *o la borsa o la vita*, confidando in una risposta che eviti il confronto fisico.

È quindi molto probabile che il passaggio ai fatti non sia determinato dalla volontà di uno solo dei comunicanti, anche se è forte la tentazione di separare il torto dalla la ragione con un taglio netto.

---

<sup>6</sup> È importante, a questo proposito, una precisazione. Un fatto diventa messaggio, e quindi linguaggio non verbale quando serve al trasmettente, anche se può non essere consapevole di servirsene. Il tono di voce è messaggio e fa parte del linguaggio non verbale, in quanto viene utilizzato dal trasmettente per cercare di farsi capire, anche se solo poche persone si sforzano di modulare la voce a fini comunicativi. Ancora, è messaggio e linguaggio non verbale telefonare all'ora di pranzo quando l'intenzione è di disturbare il pranzo, o scegliere una carta particolarmente lussuosa per stampare un libro in modo da orientare le scelte degli acquirenti. Non è invece messaggio la telefonata effettuata in un'ora qualsiasi, se l'orario non viene utilizzato dal trasmettente per comunicare qualcosa. Come vedremo più avanti, molti elementi della comunicazione di fatto non vengono utilizzati dal trasmettente per comunicare, ma vengono recepiti dal ricevente ed influenzano comunque la comunicazione: la distinzione tra ciò che si vuole trasmettere e ciò che viene interpretato come trasmesso è solo teorica, ma fondamentale per comprendere molti fenomeni della comunicazione.

Quando poi i litigi avvengono in famiglia, tra coniugi o tra genitori e figli, è praticamente impossibile che sia uno solo a preferire il linguaggio non verbale. Perché si arrivi al litigio occorre che venga messo in dubbio il linguaggio verbale, e molto spesso la violenza fisica è solo la risposta ad un dubbio sulla credibilità

### **1.2.2. Il linguaggio verbale è impreciso.**

Il secondo difetto del linguaggio verbale è l'approssimazione cui è costretto: mentre un abbraccio esprime in modo assolutamente preciso l'affetto di chi lo compie, questo non è possibile con le parole, come testimoniava il famoso spot della SIP: *Mi ami? Ma quanto mi ami?* alludendo alla lunghezza del discorso necessario per avere un po' di precisione su un argomento delicato come l'amore. L'esperienza ci dice, sempre a proposito dell'amore, che bisogna passare ai fatti per dare un'idea più precisa del sentimento: ma sempre l'esperienza ci insegna che, quando poi le cose andassero male, la responsabilità di aver sbagliato nel cogliere le misure rimane a chi aveva ricevuto il messaggio. Infatti il linguaggio non verbale, pur essendo precisissimo per chi trasmette, non aiuta minimamente la comprensione da parte di chi riceve, mentre quello verbale, perdendo in precisione, lascia comunque al trasmittente parte della responsabilità: tant'è vero che quando si tratta di affari, si mette *nero su bianco*, e si utilizzano le parole per sancire i doveri reciproci.

Mentre il linguaggio non verbale (per esempio l'abbraccio) è precisissimo nei particolari, ma difficile nell'interpretazione (*mi abbracci perché mi ami o perché desideri convincermi a fare del sesso?*), accade l'inverso per il linguaggio verbale (le parole) che per grandi linee consentono una buona definizione, ma non sono sufficienti per definire i dettagli. Tutti capiscono quando si parla di dolore, ma le parole diventano insufficienti quando si tratta di entrare nei particolari: non solo quando il dolore è affettivo, ma anche quando è fisico, per esempio un mal di denti o un'emicrania, ci si scontra col limite delle parole per far capire al medico lo stato di disagio in cui ci si trova. Chi non si è mai sentito impotente nel far capire un proprio dolore, alzi la mano.

Alla carenza di precisione si ricorre spesso aumentando le parole: come vedremo più avanti, anche questo metodo comporta una sua controindicazione, e non sempre la precisione nella trasmissione facilita la comprensione.

### **1.2.3. Al linguaggio verbale non basta il vocabolario.**

Il terzo difetto del linguaggio verbale è comunque il peggiore: la necessità di un vocabolario. Non si può usare un linguaggio verbale se prima non si ha definito il significato di ogni parola. Sembrerebbe che questo fosse un vantaggio: col vocabolario tutti sono in grado di conoscere il significato delle parole, perché basta leggerlo per saperlo. Sarebbe molto semplice se tutti potessero far riferimento ad un vocabolario interiore, che consentisse di leggere il vocabolario esteriore in modo univoco. Invece ciascuno ha una propria idea del significato delle parole, e più queste sono semplici, più il riferimento è all'esperienza personale, e le parole semplici sono proprio quelle che servono per definire quelle complesse.

Prendiamo in considerazione la parola *mamma*: tutti sono convinti di sapere cosa voglia dire, ma ciascuno ha stabilito il significato della parola *mamma* in base alla propria esperienza di figlio o figlia, ed, eventualmente, ai propri vissuti in quanto madre. *Affetto, sentimento, dovere*, sono solo alcuni esempi di parole che hanno un significato fondato sulla propria esperienza personale: chi ne cercasse il significato sul vocabolario troverebbe solo motivo per confermare la propria opinione, ma nessun criterio per accordare il significato a quello degli altri.

*Affetto*: molti bambini, alla sola idea di ricevere affetto da qualche zia, di solito nubile, scappano in camera loro, dimostrando che la zia in questione ha un'idea di affetto diversa dalla loro. Anche alcuni neuropsichiatri infantili, quando predicano che *si deve dare affetto ai bambini* dimostrano di avere strane idee tanto sul dovere quanto sull'affetto: è possibile dare affetto per dovere? Cos'è l'affetto? L'affetto che diamo, è lo stesso che vorremmo ricevere? L'affetto che vorremmo ricevere è lo stesso che diamo? Analogamente, si può mettere in crisi la parola *sentimento*.

Per il *dovere* è ancora più facile, dato che tutti sono convinti di fare il proprio dovere e tutti sono convinti che gli altri non facciano il loro dovere. Per alcuni fare il proprio dovere significa ubbidire senza discutere, per altri il dovere consiste nel decidere con la propria testa; per il figlio del contrabbandiere il proprio dovere è non tradire il padre; per l'antiabortista il dovere sta nell'impedire le interruzioni di gravidanze altrui; per il militare nell'uccidere i nemici; per il secondino nell'evitare che i carcerati fuggano, senza porsi il problema se siano o meno innocenti. Gli esempi sono estremi solo perché non conosco la tua situazione: se ti impegni puoi trovare da solo molti doveri che valgono per te e non per altri, e viceversa, senza con questo dover presupporre immediatamente una mala fede in chi ha un dovere diverso dal tuo. Capisci che lo stesso vale per tante altre parole, per esempio *onestà*. (O credi ancora che esistano persone convinte e consapevoli di essere più disoneste di te?)

Le parole hanno il significato che viene fornito dall'esperienza, non dal vocabolario: il vocabolario serve solo per quelle parole nuove nei confronti delle quali non c'è ancora esperienza. L'esperienza è individuale, e le parole hanno quindi un significato individuale.

Questo non significa che si parli a vanvera: semplicemente, si tratta di accettare che il significato di una parola sia complesso, e quindi che una parte di questa complessità sia in comune, ed una parte sia soggettiva. Nella parola *mamma*, la parte comune potrebbe essere almeno l'essere donna e l'averne dei figli, mentre ciascuno dei comunicanti a questa parte comune aggiunge la componente della propria esperienza personale. Per alcuni la mamma è stata due braccia sempre aperte, per altri è stata esempio, per altri ancora una malattia che ha impedito di gustarne l'affetto, eccetera.

Ci sono persone che attribuiscono alla parola *lavoro* uno dei valori maggiori della loro esistenza, al punto da sentirsi in colpa se devono sottrarre ore al lavoro per dormire, e che si ritengono a posto se ai figli danno solo l'esempio di un genitore che lavora ed il denaro che ne deriva. Spesso queste persone cominciano come operai, ma nel giro di pochi anni riescono a mettersi in proprio, dopo un periodo di lavoro sotto padrone affiancato ad ore notturne su di un tornio scassato montato in cantina. Ci sono intere vallate, per esempio nella Lombardia e nel Veneto, dove *lavoro* ha questo significato: popolazioni che muoiono, letteralmente, di lavoro, che non superano i sessant'anni, e che insegnano ai figli che *lavoro* vuol dire *non riposarsi mai*, *non lavoro* significa *non essere degni di un minimo di rispetto*.

Ci sono persone che attribuiscono alla parola *donna* il significato di ubbidienza: la donna, per loro, non può scegliere, non può pensare, deve solo eseguire, in un'economia dove vengono prima le decisioni del marito, e poi quelle dei figli, ed in nome di questi si può anche lasciarci la pelle. L'aspetto terribile è che più della metà di queste persone sono donne, ed insegnano alle figlie che *donna* vuol solo dire subordinazione all'uomo.

Parlare con un artigiano delle valli lombarde o con una donna iraniana non significa utilizzare le parole in sensi differenti: quasi tutte le parole hanno il medesimo significato che hanno per gli altri, ma non è possibile spiegare loro che *lavoro* voler dire anche *strumento per stare meglio*, o che *donna* comporta la medesima dignità dell'uomo.

BANDLER e GRINDER, citati in bibliografia, hanno proposto addirittura una forma di psicoterapia, che risulta di notevole successo, fondata sulla riflessione a proposito del significato delle singole parole

utilizzate dal paziente, in una ipotesi che giustifica la nevrosi come conseguenza di un impiego sconveniente di alcune parole. Tutto questo comporta, ancora una volta, difficoltà nella comunicazione: dato che la maggior parte dei messaggi viene scambiata mediante il linguaggio verbale, e dato che le parole comportano una parte di soggettività, dovrebbe diventare sempre più evidente come il capirsi costituisca quasi un miracolo, tali e tante sono le difficoltà.

### **1.3. ...e quelli del linguaggio non verbale.**

Come già visto, non è che il linguaggio non verbale sia comodo: altrimenti non sarebbe stato soppiantato da quello verbale. Tuttavia non è possibile comunicare escludendo la modalità non verbale.

Anche questo libro, apparentemente una sequenza di parole, e quindi puramente verbale, di fatto comporta anche aspetti non verbali come la scelta della carta, dei caratteri, del formato; non solo: anche la distribuzione dei capitoli, la scelta di andare a capo, la costruzione delle frasi pur nel rispetto delle regole di grammatica, di sintassi e di morfologia del periodo, sono componenti non verbali del messaggio che stai ricevendo.

Se il linguaggio verbale comporta una differenza tra ciò che viene trasmesso e quanto viene ricevuto, dovuta prevalentemente alla componente soggettiva del significato delle parole, nelle comunicazioni non verbali questa differenza viene moltiplicata.

Prendiamo, per esempio, il formato di questo libro<sup>7</sup>. È quasi impossibile che tu abbia deciso di acquistare questo libro in quanto convinto dalle misure esterne, anche se da parte nostra, Autore ed Editore, abbiamo dedicato del tempo per deciderlo. Nella nostra intenzione il formato vorrebbe costituire una soluzione comoda, che faciliti la lettura e contemporaneamente ti consenta di tenere il libro in bella mostra nella tua libreria personale, favorendo così la possibilità che qualcuno se ne accorga e te ne chieda un parere. Da parte tua, probabilmente, fino a che non hai letto queste righe non ti sei accorto di aver dato importanza anche al formato di questo volume. Non si potranno quindi conoscere, a meno che tu non decida di parlarne con uno psicanalista, i riflessi profondi che la nostra scelta del formato di questo libro ha prodotto su di te: risonanze che comunque, probabilmente, esistono, e che hanno influenzato, poco o tanto, anche il tuo acquisto.

Per chi non ritenesse che il formato abbia avuto una sua importanza, propongo la dimostrazione per contrario: avresti comprato e letto un libro, interessantissimo, alto un metro e mezzo e largo mezzo metro?

Nella comunicazione di presenza, ovviamente, le variabili aumentano. Intervengono il tono di voce, il suo volume, ma anche l'abbigliamento, l'alito e la scelta del profumo, la gesticolazione, la pulizia delle unghie, il colore delle lenti degli occhiali, la pettinatura, eccetera eccetera, sempre ammesso che si tratti di dettagli scelti da chi trasmette il messaggio in funzione della sua comunicazione<sup>8</sup>.

Il dramma consiste, come accennato, nella notevole differenza tra ciò che si intende trasmettere, e quello che viene ricevuto. Avviene infatti, per il linguaggio non verbale, che molti messaggi non siano trasmessi, ma vengano ricevuti, o, al contrario, che vi siano messaggi trasmessi ma praticamente ignorati. È molto raro che una persona decida di non lavarsi i denti appositamente per avere un alito

---

<sup>7</sup> Questo ragionamento vale, ovviamente, solo per la versione pubblicata. Qui il ragionamento potrebbe riguardare il carattere: pensa se avessi pubblicato tutto il testo in forma grafica, come fotocopie delle pagine del libro (in formato jpg, per esempio), come sarebbe stato scomodo, per te, scaricare e leggere...

<sup>8</sup> Per essere classificabili come linguaggio "non verbale" devono appartenere, almeno inconsciamente, al messaggio trasmesso. Diversamente, nella teoria della comunicazione che stiamo utilizzando, questi dettagli che influenzano comunque la ricezione, non rientrano nei linguaggi, come vedremo meglio a proposito del "contesto".

cattivo, e, dal punto di vista di chi ha l'alito pesante, questo messaggio non esiste proprio, altrimenti farebbe qualcosa. Invece, per chi riceve fiutate da capogiro, il messaggio è che evidente, anche se, di solito, l'educazione suggerisce di fare un passo indietro senza stare a spiegarne il motivo all'interlocutore. (Più efficace, anche se meno utilizzato, alzare il volume della voce, in modo che sia il portatore di alito pesante ad avere un buon motivo per arretrare).

Contrariamente a quanto si crede, e cioè che esista un *linguaggio del corpo* dal quale traspaia la vera entità di chi sta comunicando, di fatto la gestualità appartiene a quella categoria di messaggi che non vengono trasmessi e che non vengono ricevuti se non inconsapevolmente. L'effetto peggiore sta appunto nell'assenza di consapevolezza tanto nel trasmittente che nel ricevente: in questo modo il comportamento del trasmittente concorre alla formazione di pregiudizi senza che nessuno dei comunicanti possa controllare il fenomeno. Soprattutto durante l'adolescenza, ma in alcuni casi anche in età adulta, avviene che alcuni gesti tipici di personaggi noti o famosi vengano imitati più o meno consapevolmente da chi li considera motivo di identificazione: prima della Seconda Guerra Mondiale sono stati in molti ad imparare a fumare per imitare i personaggi dei film. Ciò significa che il significato del gesto ha per ciascuno una sua storia, e sarebbe presuntuoso spiegare un comportamento in modo uguale per tutti coloro che lo mettono in atto. D'altro canto vale anche il fenomeno opposto, di interpretazioni molto particolari rispetto ad alcuni comportamenti.

Quando esercitavo come psicoterapeuta ho conosciuto una persona che non riusciva a sopportare un suo collega: il mio cliente era mite ed affabile, ed andava d'accordo praticamente con tutti, ma quando gli capitava di avere a che fare con quel determinato collega diventava irascibile e si predisponeva ad equivocare. È stato possibile analizzare più di un episodio in cui il mio cliente si era dimostrato ostile senza motivo, provocando reazioni che non avevano certo giovato alla sua immagine sul lavoro. Quando, molte sedute dopo, capitò di esaminare il ruolo del fratello durante l'infanzia, tutto divenne chiaro: il fratello presentava aspetti comportamentali, nella gesticolazione e nel modo di utilizzare la mimica facciale, molto simili a quelli del collega col quale il mio paziente non andava d'accordo, ed il comportamento ostile fu riconosciuto come quello che aveva regolarmente nei confronti del fratello che viveva con rivalità. Praticamente, il collega trasmetteva messaggi che, per il mio cliente, e solo per lui, avevano valenza aggressiva, alla quale non riusciva a fare a meno di rispondere in modo ostile.

Episodi di questo genere sono meno rari di quanto sembri, determinando spesso simpatie ed antipatie ingiustificate se non per somiglianza con atteggiamenti di persone simpatiche o antipatiche conosciute in passato, ma gli effetti dei messaggi non verbali non si fermano qui.

Se fotografiamo una persona che sta sbadigliando, questa ci appare accigliata e nell'atto di mordere: presso le scimmie il medesimo atteggiamento significa *preparazione all'attacco* e, presumibilmente, la consuetudine di portare la mano davanti alla bocca mira ad impedire l'interpretazione di intenzione offensiva. La mano davanti alla bocca non nasconde invece il fatto che una persona stia sbadigliando, lasciando a chi la vede il compito di stabilirne il motivo. Dato che tengo molte conferenze, gli sbadigli nel mio uditorio trovano la facile interpretazione, da parte mia: io penso sempre che si tratti di difficoltà digestive, anche se niente esclude che qualcuno dei miei spettatori sbadigli per sonno, visto che parlo spesso alla sera. In altri casi lo sbadiglio potrebbe essere dovuto a noia: chi ne riceve il messaggio ha tutta la libertà di interpretazione, nonostante, in questo caso, chi trasmetta sappia benissimo il motivo del suo gesto. È molto facile che l'interpretazione del linguaggio del corpo tradisca quello che gli psicologi chiamano *proiezione*: se chi assiste al gesto ha bisogno di sentirsi rimproverato, interpreterà lo sbadiglio di chi gli è di fronte come un gesto di noia; se una persona ricerca negli altri criteri di conforto, per non sentirsi la persona peggiore di questa terra, allora potrà tranquillizzarsi interpretando l'onnicofagia altrui come sintomo di problematiche sessuali, anche se l'abitudine a mordersi le unghie può avere tantissime altre motivazioni.

Per questo è poco utile cercare i significati del linguaggio del corpo: in genere questo porta a rendere ancora più complicato il difficile teorema della comunicazione, che comporta, come vedremo, tecniche ed abilità ben diverse.

È efficace, invece, mantenere un discreto controllo sui messaggi che possono essere inviati dal corpo, non solo curando di avere un alito inodore ed un abito adeguato alla circostanza, proprio per ridurre le probabilità di interpretazioni negative involontarie da parte di chi riceve questi messaggi.

Per esempio, il tenere le braccia conserte favorisce l'interpretazione, inconsapevole, di distacco emotivo: anche se chi incrocia le braccia lo fa per abitudine, di fatto induce la maggior parte delle persone che lo vedono a ritenere, inconsapevolmente, che questi non partecipi e sia passivo. Il fatto che, al di là del messaggio che si voglia inviare, questa posizione sia la più frequente durante le cerimonie ufficiali religiose, dove occorre un contegno di rispetto anche in chi non condivide, ne fa un messaggio ormai codificato, rendendo difficili altre letture.

Significato analogo stanno assumendo gli occhiali scuri: benché vengano utilizzati generalmente dai timidi che non vogliono lasciar notare la loro incapacità di sostenere uno sguardo, ottengono il risultato di rendere difficile l'interpretazione dello sguardo, che potrebbe approvare o negare con un semplice cenno. Anche l'impiego, nei film, di occhiali neri per personaggi glaciali, favorisce la lettura inconsapevole di distacco emotivo, provocando spesso reazioni di disagio in chi parla con una persona che insiste nel tenere gli occhiali scuri. La *barba di un giorno*, letteralmente, significava *scusate: sono tanto impegnato in affari più importanti che non ho avuto il tempo per prepararmi a questo incontro*, ed è servita per qualche tempo a chi non sapeva imporsi per proporsi subito con un piccolo insulto, in modo da impostare la comunicazione a proprio favore. Col tempo, il trucco si è scoperto, e sempre più spesso assume il significato *tengo tanto poco a me stesso che non riesco più nemmeno a farmi la barba*: troppi aspiranti manager si sono appoggiati alla *barba di un giorno* e ad altri atteggiamenti esteriori per nascondere debolezze che hanno finito per caratterizzare proprio quegli atteggiamenti che una volta dimostravano forza. Allo stesso modo la sigaretta ed il sigaro sono passati dal messaggio *sono così forte che posso aspirare un fumo così pestilenziale* a *sono così debole che non riesco a rinunciare alla sigaretta*, lasciando credere un'altra falsità: che siano i non fumatori ad essere forti, mentre sono così deboli da non saper sopportare nemmeno il fumo altrui.

I significati proposti non sono assoluti: come accennato precedentemente, con l'esempio del mio cliente e di suo fratello, ciascuno può attribuire suoi significati particolari al comportamento altrui, con la conseguenza di non riuscire a scoprirlo se non attraverso un impegno di confronto. È quindi importante prestare attenzione non tanto al significato che possono avere i gesti degli altri, dato che non è possibile conoscerlo, quanto evitare quei gesti che possono indurre a pregiudizi indesiderati.

#### **1.4. Aumentando le parole aumenta solo la confusione.**

Alla luce di quanto sopra, occorre molto ottimismo per continuare a leggere<sup>9</sup>! Farsi capire è molto difficile, e la sensazione di aver capito non costituisce garanzia in alcun modo, perché troppe volte è successo di accorgersi a distanza di tempo di intendere cose diverse pur credendo di parlare allo stesso modo.

I primi studiosi del linguaggio hanno notato praticamente tutto quello che stato descritto fin qui, ed hanno proposto, per ovviare al problema, di aumentare il numero delle parole: se il significato di una parola consente alcune interpretazioni, sostituendola con gruppi di parole si dovrebbe ridurre le

---

<sup>9</sup> Figurati da parte mia, che continuo a scrivere!

possibilità di equivoco (teoria della ridondanza). Di fatto il sistema ha funzionato egregiamente, ma non per l'essere umano: si è dimostrato molto efficace invece in qualsiasi situazione di trasmissione di dati. Quando si tratta, per esempio, di far dialogare due calcolatori elettronici attraverso il cavo di un telefono o le frequenze radiofoniche, si è presa l'abitudine di inserire nei messaggi trasmessi alcune informazioni aggiuntive che costituissero verifica dell'integrità del messaggio, in modo da rilevare, se non addirittura superare, eventuali interferenze. Procedura analoga avviene nella realizzazione del codice fiscale individuale: per l'Italia il codice fiscale è costituito da tre lettere del cognome, tre lettere del nome, un gruppo di due cifre, una lettera e altre due cifre per indicare l'anno, il mese, il giorno di nascita ed il sesso dell'interessato, ed un gruppo finale composto da una lettera, tre cifre ed una lettera. Mentre la prima lettera dell'ultimo gruppo, assieme alle tre cifre, rappresenta il luogo di nascita, l'ultima lettera, che è anche l'ultima dell'intero codice fiscale, viene ottenuta da un calcolo<sup>10</sup> che comprenda tutte le lettere ed i numeri che compongono il codice fiscale, in modo da confermare l'esattezza del codice stesso. La sedicesima lettera del codice fiscale non comunica quindi informazioni sull'interessato, e sarebbe, teoricamente, inutile, ma se, durante una trascrizione, venisse commesso un errore, il risultato del calcolo per individuare l'ultima lettera sarebbe diverso, e qualsiasi computer predisposto segnalerebbe la necessità di correggere. Una lettera su sedici è sufficiente, per i codici fiscali, a garantire la coincidenza tra messaggio trasmesso e messaggio ricevuto, anche se di fatto, sia pur con probabilità minime, rimane possibile un errore non riconoscibile, sostituendo un gruppo di lettere con un'altro che presenti alla fine un risultato uguale.

Questo vale per le macchine, perché queste, quando parlano, non fanno mai riferimento all'esperienza personale. I calcolatori elettronici possono lavorare con i numeri proprio perché i numeri hanno un significato assoluto, e l'equivoco può manifestarsi solo in un errore di trascrizione, ma non di interpretazione. Per tutti i computer 7 ha il medesimo valore, indipendentemente dalla marca, dal modello, dall'impiego eccetera eccetera. Questo non vale invece per le persone, che arrivano ad attribuire significati diversi anche ai numeri. Non voglio sostenere che ci siano persone che attribuiscono un valore di 6 o di 8 al numero 7: ma per alcuni il 13 è anche di buon auspicio, mentre per altri, ricordando il numero di persone che partecipavano all'Ultima Cena, diventa numero infausto, col divieto assoluto di essere in 13 a tavola, soprattutto di venerdì. Per altri è il 17 a creare problemi, anche se non sanno che l'origine di tanto pericolo sta nella formulazione latina: 17 = XVII, che è l'anagramma di VIXI, parola che in latino significa *ho vissuto*, e che veniva utilizzata al posto di *sono morto* per non pronunciare la parola *morte* tanto temuta da quel popolo: per gli antichi romani, era temuto anche pronunciare il 17, poiché ne manteneva il significato in anagramma.

Per l'essere umano, quindi, a differenza dei computer, la parola ha riferimenti personali che ne impediscono l'impiego oggettivo. Uno dei metodi che consentono di evidenziare la differenza nei significati individuali attribuiti alla medesima parola, è il cosiddetto *differenziale semantico* di OSGOOD, citato in bibliografia. Si tratta di un elenco di diverse coppie di aggettivi di significato opposto, intercalate da un numero dispari di intervalli. Per esempio, una coppia potrebbe essere

**Buono - un po' buono - Indifferente - un po' cattivo - Cattivo**

con 5 intervalli, due per polo, più quello centrale, di indifferenza. I differenziali semantici possono essere costruiti con le coppie di aggettivi ritenute più valide per la rilevazione che si intende effettuare: per scopi molto generici, un elenco ritenuto valido può essere il seguente:

---

<sup>10</sup> Il calcolo è il seguente: si converte ogni lettera nel suo valore numerico (A = 1; B = 2;... Z = 25) quindi si somma il valore numerico di ogni lettera e quello delle cifre. Il totale viene diviso per 25, e si converte il resto in una lettera, secondo il criterio usato precedentemente. Praticamente, la vecchia "prova del nove" su base 25, in quanto vengono utilizzate tutte le 25 lettere dell'alfabeto internazionale.



Concetto: \_\_\_\_\_

Alto	3	2	1	0	1	2	3	Basso
Angoloso	3	2	1	0	1	2	3	Rotondo
Attivo	3	2	1	0	1	2	3	Passivo
Bello	3	2	1	0	1	2	3	Brutto
Buono	3	2	1	0	1	2	3	Cattivo
Chiaro	3	2	1	0	1	2	3	Scuro
Debole	3	2	1	0	1	2	3	Forte
Docile	3	2	1	0	1	2	3	Ribelle
Freddo	3	2	1	0	1	2	3	Caldo
Fresco	3	2	1	0	1	2	3	Stantio
Giovane	3	2	1	0	1	2	3	Vecchio
Liberale	3	2	1	0	1	2	3	Conservatore
Malato	3	2	1	0	1	2	3	Sano
Piano	3	2	1	0	1	2	3	Forte
Piccolo	3	2	1	0	1	2	3	Grande
Ruvido	3	2	1	0	1	2	3	Liscio
Superficiale	3	2	1	0	1	2	3	Profondo
Teso	3	2	1	0	1	2	3	Disteso
Triste	3	2	1	0	1	2	3	Allegro
Umido	3	2	1	0	1	2	3	Asciutto
Variabile	3	2	1	0	1	2	3	Costante
Vicino	3	2	1	0	1	2	3	Lontano
Vile	3	2	1	0	1	2	3	Coraggioso
Vuoto	3	2	1	0	1	2	3	Pieno

dove: 3 = molto, 2 = abbastanza, 1 = poco, 0 = indifferente.

Un elenco di questo genere può essere proposto ad un gruppo, richiedendo a ciascuno dei componenti di definire un concetto segnando un segno per ogni riga. Per esempio, il concetto potrebbe essere *amicizia*, ed una persona potrebbe disporre le proprie crocette  nel modo seguente

		Concetto: Amicizia								
Alto	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1	0	1	2	3	Basso		
Angoloso	3	2	1	0	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	Rotondo		
Attivo	3	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	1	2	3	Passivo		
Bello	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1	0	1	2	3	Brutto		
Buono	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1	0	1	2	3	Cattivo		
Chiaro	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1	0	1	2	3	Scuro		
Debole	3	2	1	0	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	Forte		
Docile	3	2	1	0	<input checked="" type="checkbox"/>	2	3	Ribelle		
Freddo	3	2	1	0	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	Caldo		
Fresco	<input checked="" type="checkbox"/>	2	1	0	1	2	3	Stantio		
Giovane	3	2	1	<input checked="" type="checkbox"/>	1	2	3	Vecchio		
Liberale	3	2	<input checked="" type="checkbox"/>	0	1	2	3	Conservatore		
Malato	3	2	1	0	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	Sano		
Piano	3	2	1	0	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	Forte		
Piccolo	3	2	1	0	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	Grande		
Ruvido	3	2	1	0	<input checked="" type="checkbox"/>	2	3	Liscio		
Superficiale	3	2	1	0	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	Profondo		
Teso	3	2	1	0	<input checked="" type="checkbox"/>	2	3	Disteso		
Triste	3	2	1	0	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	Allegro		
Umido	3	2	1	<input checked="" type="checkbox"/>	1	2	3	Asciutto		
Variabile	3	2	<input checked="" type="checkbox"/>	0	1	2	3	Costante		
Vicino	3	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	1	2	3	Lontano		
Vile	3	2	1	0	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	Coraggioso		
Vuoto	3	2	1	0	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	Pieno		

fornendo in questo modo una sua definizione. Con buone probabilità, tu che stai leggendo sei in disaccordo su almeno una delle , proprio per il motivo che stiamo sostenendo: le parole hanno un significato legato all'esperienza personale, e ciascuno ha una propria idea per ciascuna parola, per giunta variabile nel tempo.

Ho riprodotto un Differenziale Semantico anche per invitarti a verificare e a far verificare le differenze nel modo di vedere, e ti raccomando di non provare a far definire la parola amore al tuo partner per poi confrontarla con le tue soluzioni: se fossero diverse, come è probabile, sarebbe spiacevole, ma se fossero molto simili questo non garantirebbe proprio alcunché, e potrebbe nascondere qualche deformazione nel tentativo di dimostrare un accordo meno solido di quello che sembra. È invece interessante definire altri concetti, e sottoporre il differenziale semantico agli amici, soprattutto nel caso di una discussione, per constatare le differenze nell'impiego delle parole.

Poniamo che si stia discutendo sui compiti e le caratteristiche della mamma. Come già visto, questa è una parola molto legata all'esperienza personale, e si potrebbe ritenere che, sottoponendola ad un differenziale semantico, si ottenga un risultato tutt'altro che omogeneo. Poniamo, e l'esperienza

confermerebbe che siamo generosi, di riscontrare un 50% di accordo ed un 50% di disaccordo: per 12 delle 24 coppie di aggettivi i risultati potrebbero concordare all'interno del gruppo sul quale si effettua la misurazione, e per le altre 12 coppie ci potrebbe essere disaccordo. Poniamo, a questo punto, di proporre la sostituzione della parola *mamma* con una definizione meno coinvolgente: al posto di *mamma* vorremmo usare *donna che ha figli*. Verificando, sempre col medesimo differenziale semantico, l'accordo all'interno del gruppo tanto sul concetto *donna* che sul concetto *figlio*, poniamo di trovare un accordo del 70%<sup>11</sup>, tanto per *donna* che per *figlio*: per questi due termini ci sarebbe un accordo per 17 coppie di aggettivi invece che su 12 come avevamo supposto di trovare a proposito di *mamma*. Sembrerebbe, a questo punto, di essere arrivati ad un buon risultato: per migliorare la comunicazione, per aver minori differenze tra quello che viene trasmesso e quello che viene ricevuto, si potrebbe sostituire una parola equivoca con definizioni un po' più precise. Invece, la matematica ci dimostra il contrario. La precisione del 70% vale infatti solo per ciascuno dei due concetti presi singolarmente. Se li uniamo in una frase *donna che ha figli*, otteniamo un accordo molto inferiore, perché l'intera frase comporta tutte le combinazioni possibili, e non solo tra le concordanze dei due termini, ma anche tra le discordanze. Praticamente, il concetto *donna che ha figli* viene capito da ciascuno dei membri del gruppo che ha partecipato all'esperimento non solo per il 70% comune nella parola *donna* e nella parola *figlio*, ma anche per il 30% di disaccordo sulla parola *donna*, che va a combinarsi equivocamente con tutti i significati della parola *figlio*, e viceversa, per il 30% di disaccordo sulla parola *figlio* che va a togliere precisione al concetto finale.

Nel caso che abbiamo ipotizzato di *donna che ha figli*, il risultato dell'accordo non è quindi del 70%, ma del 49%. Infatti  $70\% + 70\% = 49\%$ , come si può calcolare qui sotto

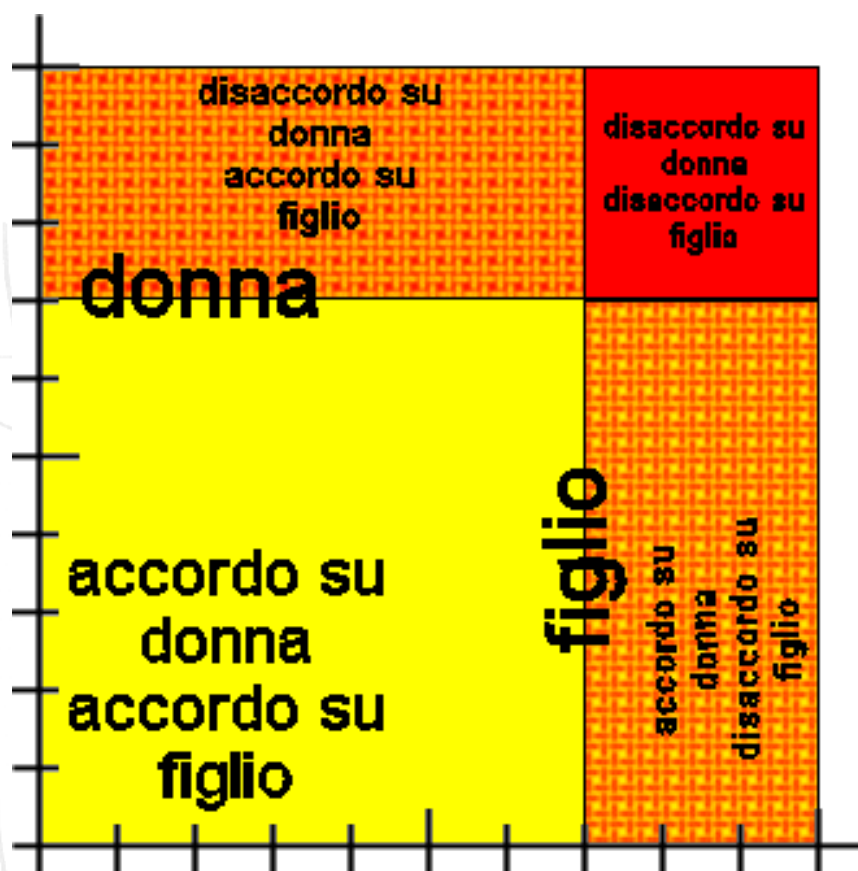
<i>Figlio</i>		<i>Donna</i>		<i>Donna con figli</i>
70		70	=	4900
100	+	100	=	10000
			=	49
			=	100

ottenendo quindi un accordo inferiore al 50% che avevamo misurato sulla parola *mamma*. Trattandosi di ipotesi, i calcoli sono sicuramente arbitrari, e sicuramente discutibili, ma comunque per eccesso.

Il fenomeno diventa anche più intuitivo se rappresentato sul piano cartesiano:



<sup>11</sup> Lo so: il 70% di 20 risposte sarebbe costituito da 16 risposte virgola 8, e non 17, ma evito i decimali per non rendere ancora più noiosa questa parte già ostica a chi non ha simpatia per la matematica. Se vuoi divertirti, verifica che il concetto non cambia nemmeno se la precisione dei calcoli aumenta!



In realtà, provare per credere, le cose vanno molto peggio, e se l'accordo su mamma potrebbe raggiungere un 20% in gruppi molto omogenei, quello su donna e su figlio non supererebbe il 25% ciascuno, con una precisione finale quindi circa del 6%, in una perdita, almeno, del 13% nella chiarezza.

In altri termini, aumentando le parole aumenta la confusione, come probabilmente è successo per chi non è riuscito a seguire la dimostrazione matematica precedente.

### **1.5. Comunicazione ed equilibrio personale.**

Ancora una volta la comunicazione ci appare sfuggente. Va comunque notato, soprattutto per quanti stanno seguendo con scetticismo questo discorso, che la difficoltà a comunicare non significa che la comunicazione sia qualcosa di inutile o di indifferente, per cui uno possa parlare di filosofia e l'altro capire culinaria. Le incomprensioni sono molto più sottili, ma sicuramente determinanti soprattutto quando si tratta di problemi affettivi o educativi. Quando un architetto spiega al geometra il suo progetto, non si verificano equivoci comunicativi che pregiudichino la stabilità della costruzione; invece, quando si va dal medico per ottenere di essere guariti da una malattia, il problema della chiarezza comunicativa assume qualche importanza, generalmente risolta dal bravo medico con la propria esperienza. Le conseguenze della difficoltà nella comunicazione diventano notevoli, invece, quando si entra in ambito educativo, non solo per la difficoltà degli educatori a farsi capire dai giovani, ma soprattutto per le conseguenze, come vedremo meglio più avanti, che una comunicazione non precisa comporta sull'equilibrio psicologico della persona.

Come già accennato precedentemente, già alcune scuole psicoterapeutiche affrontano i problemi di disagio psicologico non più come malattie ma come problemi di utilizzo delle parole. Il concetto di

nevrosi, di chiara derivazione medica, induce a ritenere che il disagio psicologico sia determinato da una malattia, e la parola *psicoterapia* allude ad una cura (terapia) di un'anima (psiche) non meglio definita: appare infatti strano che l'anima possa ammalarsi, ed ancor più strano che possa subire un processo di guarigione.

La conoscenza della comunicazione non consente di dimostrare come tutte le nevrosi dipendano da problemi comunicativi: d'altro canto, nessuno ha mai potuto dimostrare che le nevrosi siano malattie. È invece dimostrabile come le forme di trattamento, le cosiddette psicoterapie, siano di fatto applicazione di tecniche di comunicazione, ed è stato documentato in diverse occasioni (per esempio nella bibliografia di M. ERICKSON) come un intervento comunicativo consenta la soluzione di sintomi attribuiti alle nevrosi.

La discussione non è riservata agli addetti ai lavori, ed interessa in particolare chi soffre di disagi psicologici. Un conto è ritenersi ammalati, e malati mentali, per giunta, ed un conto è capire che il disagio di cui si soffre dipende da errori nell'amministrazione della comunicazione, errori che si possono riparare a correggere.

Ci sono errori sul significato attribuito ad alcune parole, errori nel farsi capire, errori nel cercare di sottrarsi a comunicazioni particolari che, come vedremo, richiedono per loro natura la comparsa di malattie fisiche o peggio: non si tratta di onnipotenza della comunicazione, ma solo di un punto di vista talmente quotidiano da essere riuscito a sfuggire all'attenzione dei ricercatori.



## 2. Ma che cos'è la comunicazione?

### 2.1. *Introduzione alla comunicazione pedagogica.*

Visto che le parole hanno un significato molto personale, legato all'esperienza individuale più che alle definizioni del vocabolario, cerchiamo di trovare un accordo almeno sul concetto di *comunicazione*.

Gli studi di psicologia in generale e sulla comunicazione in particolare differiscono da tutti gli altri, come, ad esempio, quelli chimici o fisici, per una caratteristica sostanziale: chi studia psicologia è contemporaneamente studioso ed oggetto di studio, cosa che non avviene con la chimica o con la fisica.

Ciò comporta l'impossibilità di avvicinarsi più di tanto ad affermazioni oggettive, dato che nessuno sarebbe in grado di verificare quanto queste affermazioni siano attendibili in qualsiasi evenienza. Per fare un esempio, le scoperte di S. FREUD a proposito della psicologia della sessualità erano inevitabilmente riferite all'ambiente socioculturale in cui viveva Freud: la loro validità è oggi molto mutata, ma non è possibile sapere se la psicologia della sessualità da Freud in poi sia quella *vera*, o non sia invece modificata anche dalla cultura che non può ignorare le scoperte di Freud<sup>12</sup>. Uno studio della psicologia della sessualità, come del resto su qualsiasi altro argomento, non potrà mai avere i crismi dell'obiettività.

Questo non significa dover rinunciare agli approfondimenti: semplicemente, sapremo che i criteri di ricerca in psicologia, ed in particolare in psicologia della comunicazione, non potranno essere riferiti ad una *verità*, e saranno sempre relativi. Le affermazioni di psicologia avranno sempre un valore limitato nel tempo e nella cultura in cui sono inseriti, e anche questo valore sarà relativo, in quanto non sarà mai possibile sapere se queste affermazioni valgono per tutti: non esiste un arbitro che possa stabilire se chi non condivide quanto studiato lo faccia per amor di verità o per amor di contraddizione.

Per questo, rinunciamo a priori alla ricerca di un sapere oggettivo. Rimane invece un criterio valido che consente di rinunciare senza rimpianti alla strada della *verità*: il criterio dell'efficacia. Tornando all'esempio di prima, non importa quanto la psicologia della sessualità proposta da S. Freud fosse vera: vale che grazie a questa teoria molte persone abbiano potuto stare meglio. La pratica della psicanalisi prevale sulla verità della teoria, e la ricerca prosegue non più cercando di sapere come stiano le cose, ma verificando se si riescono a semplificare gli interventi. Al criterio della verità si sostituisce quello degli obiettivi: non studiamo per sapere, ma per risolvere.

Certo, sarebbe bello poter ambire ad una ricerca di verità, ed arrivare a possedere certezze assolute: in questo caso i pazienti di uno psicanalista avrebbero la sicurezza che, se non risolvessero i loro problemi, sarebbe colpa dell'inadeguatezza del terapeuta.

Invece rimane il dubbio e, per chiunque si rivolga ad un esperto di psicologia, sarà impossibile decidere se la soluzione dei suoi problemi rientri o meno nella psicologia conosciuta, al di là della

---

<sup>12</sup> Ai tempi di Sigmund Freud lo scoprire di avere il Complesso di Edipo era un evento tanto sconvolgente da giustificare gli studi della figlia Anna FREUD sui "meccanismi di difesa", che sono le strategie inconsapevoli utilizzate dal paziente per evitare di riconoscere di aver avuto, durante l'infanzia, desideri incestuosi nei confronti del genitore di sesso diverso. Oggi le maestre di asilo conoscono il problema del Complesso Edipico, ed impostano, inevitabilmente, un'educazione dei bambini loro affidati molto differente rispetto a quella ricevuta dai pazienti di Freud, con conseguenze anche sul loro modo di vivere il Complesso Edipico. Se Anna Freud avesse avuto come pazienti persone educate ai nostri giorni, avrebbe confermato in tutto la sua teoria?

validità professionale dell'operatore.

La rinuncia alla conoscenza della verità comporta l'impossibilità di una psicologia *vera*: non ha senso una ricerca che non sia finalizzata ad obiettivi pratici.

In particolare qui tratteremo della comunicazione pedagogica, in quanto non proponiamo una qualsiasi psicologia della comunicazione, che abbia la pretesa di essere valida in qualsiasi ambiente, bensì un insieme di affermazioni teoriche dedotte dall'esperienza dell'insegnamento e dell'educazione, dopo aver verificato che queste affermazioni sono efficaci, che sono cioè utili per migliorare la precisione nell'ottenere gli obiettivi che si sono prefissati.

Va comunque precisato che per insegnamento ed educazione non intendiamo solo il tipo di rapporto che si realizza a scuola tra docenti ed allievi, ma anche quello in casa, tra genitori e figli, e quello sociale, tra ambiente e individuo, nonché quello individualizzato, tra esperto ed utente, quale che sia l'argomento di consulenza. Quando si acquista un'automobile, quando si va dal medico o dal commercialista, quando si va da uno psicoterapeuta, si definisce un rapporto inevitabilmente anche educativo e di insegnamento, in seguito al quale l'utente impara qualcosa di nuovo destinato a modificare il suo modo di vivere futuro. La comunicazione pedagogica riguarda quindi tutti questi rapporti, dalla vendita all'insegnamento passando da qualsiasi consulenza anche involontaria, come quella che prestano i genitori ai loro figli<sup>13</sup>. Ancora, a proposito del termine *pedagogico* va chiarito che lo intendiamo nel senso più vasto, con riferimento a qualsiasi effetto di cambiamento dell'atteggiamento più profondo della persona. Per questo attribuiamo al campo della pedagogia non solo l'insieme delle comunicazioni che sono orientate a produrre un effetto educativo, ma anche tutte quelle che comportano un cambiamento, comprese le disavventure.

Se una persona, mentre sta camminando, pensa qualcosa di male contro la suocera, e le cade un cornicione proprio davanti, potrebbe trarne un'indicazione di malaugurio. Se la cosa si ripete, stessi pensieri e stesso episodio di caduta di un cornicione, a distanza di una settimana, probabilmente quella persona comincia a ritenere di avere una suocera con competenze magiche: alla terza coincidenza, stesso pensiero e stessa caduta di un ulteriore cornicione, diventa difficilissimo mantenere la lucidità che spiega il tutto con un semplice calcolo delle probabilità, e chiunque passerebbe a credere all'esistenza delle streghe.

L'esempio serve per indicare anche questo come fatto pedagogico, in quanto, dal punto di vista del malcapitato, diventa verosimile l'esistenza di qualcuno -la suocera *strega*- che lo punisca se pensa male di lei. In altri termini, utilizziamo per la pedagogia il medesimo criterio adottato per la comunicazione: l'importante è che ci sia un ricevente. È il ricevente che immagina un trasmittente anche se questo non esiste, e trasforma l'episodio in un motivo per modificare il proprio comportamento. Che venga attribuito al Destino, ad un Ente Soprannaturale, o anche semplicemente ad una Natura Amica e Benevola, quando un episodio diventa causa di cambiamento nel modo di orientarsi nella realtà, l'episodio diventa *pedagogico*. In questa luce dovrebbe diventare chiaro l'effetto *pedagogico* dei cosiddetti traumi psicologici: le loro conseguenze non toccano la struttura nervosa, ma ottengono un cambiamento nel modo di vivere. Che si tratti del Complesso di Edipo, o di qualsiasi altro genere di frustrazione, la lettura pedagogica consente di capire non solo l'origine, ma anche la possibilità di ri-educazione.

Lo studio della comunicazione pedagogica propone una valida alternativa quantomeno al concetto di

---

<sup>13</sup> Siamo abituati ad inserire, nel concetto di educazione, solo la parte legata ai valori: si educa alla bontà, alla sincerità, alla solidarietà, eccetera. Di fatto, è problema educativo anche quando avviene il contrario, e rientra nello studio pedagogico anche l'esito negativo, proprio come avviene in medicina, dove il medico, pur mirando alla salute, deve conoscere non solo le malattie, ma anche le loro cause e le loro evoluzioni.

nevrosi: fin da ora mi sbilancio, e suggerisco di abolire questa dicitura, che fa erroneo riferimento ad una malattia di nervi, sostituendola con *disagio psicologico*. Parlare di disagio psicologico significa rinunciare a definire a priori le cause, lasciando aperta la ricerca e consentendo che, se si trattasse di un problema educativo, non si pongano premesse che rendano difficile la soluzione. La mia esperienza recente, di impiego di tecniche comunicative in direzione pedagogica per affrontare problemi che molti psicoterapeuti avrebbero definito di nevrosi, ha comportato soluzioni di disagi psicologici in misura di molto superiore al 75%, anche se una valutazione statistica più precisa verrà effettuata quando saranno passati più di 10 anni dal termine dell'intervento.<sup>14</sup>

## **2.2. Non basta parlare.**

La prima caratteristica della comunicazione è costituita dalla necessità di un ricevente: se non c'è qualcuno a ricevere il messaggio, la comunicazione non esiste. Fino a che questo libro è rimasto nello scaffale, queste pagine non comunicavano, ed ora che stai leggendo queste righe non puoi che ignorare le pagine successive che, benché scritte, non costituiscono ancora messaggio per te. Analogamente la persona che dovesse chiamare aiuto nel deserto, non comunica alcunché fino a quando non viene sentita da qualcuno. Sembrano considerazioni lapalissiane, e tuttavia rimangono basilari nella comprensione dei fenomeni comunicativi, soprattutto quando si ha a che fare con problemi pedagogici.

È il ricevente che decide se esiste una comunicazione, e se il ricevente non vuole ascoltare, il messaggio va perso. La copia di questo libro che finisce in una biblioteca rimane inutile fino a che qualcuno non si decide a consultarlo.

Questo non significa che io non possa fare altro che aspettare: sarà mia cura adoperarmi in modo che il maggior numero possibile di persone prendano in mano questo testo, così che questo messaggio abbia senso, e sono sicuro che anche tu farai la tua parte per suggerire agli amici la lettura di queste parole. Anche quando si tratta di comunicare tra persone esistono i medesimi problemi: se qualcuno non vuole ascoltare, non è detto che chi vuol parlare abbia solo da aspettare che il suo interlocutore diventi disponibile. In alcune culture, quando due persone litigano, usano urlare mentre con le mani si turano le orecchie: probabilmente interessa più che il messaggio venga sentito dai presenti che non dal diretto interessato, e molto spesso avviene la stessa cosa quando un genitore sgrida il figlio urlando. Se il genitore non fa qualcosa per motivare l'ascolto del figlio, il suo sarà solo fiato sprecato. Spesso, l'obiettivo inconsapevole di queste comunicazioni è proprio quello di far sentire agli altri che si prende una posizione contro un figlio che non vuole ascoltare; chi è intenzionato a farsi ascoltare può scegliere il momento per parlare con maggiore attenzione, può cominciare a parlare senza mostrare subito la propria arrabbiatura, può iniziare interessandosi ad altri aspetti del proprio rapporto con il figlio.

Il fatto che il ricevente determini l'esistenza della comunicazione comporta anche altre conseguenze. Tipicamente, il ricevente può decidere dell'esistenza di un messaggio anche in assenza di un trasmittente. È il caso, per esempio, della cartomante che interpreta la disposizione e la sequenza delle carte come se queste costituissero un messaggio da parte del Destino, senza che, con questo, la cartomante si senta in dovere di credere ad un Destino capace di comunicare. Spiritismo e parapsicologia, per quanto è stato possibile verificare, si sono regolarmente dimostrati fenomeni in cui i messaggi esistono solo in quanto ci sono persone che decidono di riceverli: che si tratti di telepatia o di tavolini che ballano, è il ricevente a decidere l'esistenza del messaggio. Senza entrare in fenomeni troppo particolari, esistono anche altre possibilità in cui il ricevente decide l'esistenza di messaggi che non vengono trasmessi. Un esempio per tutti, quello della madre di figli tardo-adolescenti che al sabato

---

<sup>14</sup> Lascio volentieri questo compito a chiunque se ne assuma l'incarico. Da parte mia non ho più interesse a spendere energie per convincere chi non voglia accettare questo teorema.



sera escono con gli amici. Regolarmente l'accordo è *di non far tardi* e regolarmente alle tre di notte nessuno è ancora rientrato. Ed ecco che la madre si preoccupa, come se ricevesse messaggi allarmanti, decidendo di interpretare l'assenza dei figli non solo come il solito ritardo, ma anche come sintomo di qualche disgrazia, invece di ricordare che tutte le altre volte il ritardo era dovuto al divertimento dei figli, e che per tutta la vita si data da fare perché i suoi figli fossero contenti.

Infine, ultimo aspetto interessante derivato dalla considerazione sull'importanza del ricevente, nessuno è al sicuro dalla comunicazione, nessuno può uscirne. Infatti, se è il ricevente che decide l'esistenza del messaggio, il ricevente può stabilire anche la comunicazione di chi non volesse comunicare. Il caso più tipico è quello dei processi indiziari<sup>15</sup>, dove, in assenza di prove, i giudici stabiliscono il significato di ciò che non può essere comunicato, e generalmente quando l'imputato nega la propria colpevolezza, questo viene interpretato come prova a suo carico<sup>16</sup>.

Questa possibilità, di decidere l'esistenza e, come abbiamo visto, a volte anche il significato di messaggi che non vengono trasmessi, si presta a conseguenze importanti anche dal punto di vista pedagogico. Molti genitori, per esempio, interpretano il silenzio di un figlio come sintomo di problemi, e dato che di solito i genitori soffrono di sensi di colpa nei confronti dei figli, tendono a leggere quel silenzio come un rimprovero, anche se di solito non vogliono accorgersene. Per questo il silenzio del figlio diventa irritante: l'incertezza sul suo significato mette in difficoltà i genitori che non riescono a sapere se vengono accusati, e non possono difendersi da eventuali accuse che potrebbero ritenere ingiuste. Tutto questo a fronte di un silenzio che pure motivato da un normalissimo periodo depressivo, tipico dell'adolescenza. Se i genitori accettassero, ma avviene molto raramente, il silenzio per quello che è, e quindi semplice silenzio, l'episodio verrebbe superato facilmente: purtroppo molto spesso i genitori interrogano, rispondono tenendo il broncio, diventano irascibili, fornendo in questo modo motivi per rimproveri da parte del figlio, rimproveri che il figlio si limita a pensare, e che, non osando dire, lo costringono a mantenere proprio quel silenzio che tanto dà fastidio ai genitori.

Naturalmente il fatto che qui il figlio sia maschio è solo una questione ortografica: lo stesso discorso vale anche per la figlia.

Un impiego diverso del corollario per cui è il ricevente a decidere il significato del messaggio, è quello di fornire una spiegazione di messaggi non trasmessi dal corpo. Si tratta di una tecnica nata negli studi degli psicanalisti ma ormai diffusa in moltissimi laboratori di psicologia: quando lo psicologo ha bisogno di scuotere le sicurezze della persona che gli sta di fronte, può fornirgli una interpretazione del suo comportamento come se fosse effettuata in base ad un'osservazione scientifica<sup>17</sup>. Se lo psicologo è esperto, può notare lo stato di disagio della persona di fronte a lui, e approfittare di un qualsiasi movimento (si gratta un'orecchia, o sposta i piedi, è indifferente) per far notare come sia evidente il disagio, visto il movimento. Quasi sempre questa annotazione ottiene l'effetto di aumentare il disagio, e di consentire di abbinare ulteriormente interpretazioni della situazione globale a denunce in merito al comportamento, in modo da predisporre il paziente alla collaborazione. Purtroppo, molte vittime di questa tecnica, hanno creduto di imparare il vocabolario del corpo, pensando di poter stabilire un legame univoco tra gesto e sua interpretazione, legame che, come già dimostrato nel capitolo

---

<sup>15</sup> Quelli che vengono istituiti in totale assenza di prove determinanti: per esempio, il processo che ha visto il signor Pacciani indiziato come il "Mostro di Firenze"

<sup>16</sup> Presupponendo un imputato bugiardo, perché non confessa, allora anche la professione di innocenza di un bugiardo equivale alla ammissione della colpa, secondo l'assioma "*nessun bugiardo colpevole ammetterebbe di essere colpevole*"

<sup>17</sup> Gli studi sul cosiddetto "linguaggio del corpo" hanno trovato molti ricercatori entusiasti e convinti della possibilità di un valore scientifico. Ciò non toglie che non si possano fondare che su un'osservazione molto ristretta di casi, generalmente limitata non solo per numero, ma anche per cultura, condizione sociale, periodo storico e posizione geografica. Per questo, in attesa di studi che indichino un rapporto tra comportamento e pensiero valido tanto per gli arabi che per gli esquimesi e gli australiani, suggerisco di non lasciarsi mettere in crisi dagli osservatori delle posizioni del corpo

precedente, non ha alcun senso, e sfogano l'aggressività accumulata in psicoterapia contro gli amici, accusandoli di nevrosi se solo osano fregarsi le mani.

### **2.3. L'importanza di ciò che si aspetta.**

Abbiamo visto l'importanza di chi riceve il messaggio: sta a lui decidere se il messaggio esiste oppure no, e, entro alcuni margini, anche il significato del messaggio stesso. Vediamo ora la parte oggettiva: cosa si richiede perché esista un messaggio. Diciamo subito che la condizione essenziale è che ci siano delle variazioni: che si riscontrino, cioè, delle differenze tra ciò che ci si aspetta e ciò che si trova. Se si trova ciò che ci si aspetta, non c'è comunicazione. Per comprendere bene questo aspetto si richiede qualche esempio.

Poniamo il caso che domani, rientrando a casa la sera, manchi la luce ed il tuo appartamento sia completamente al buio. Dato che conosci l'ambiente in cui vivi, riuscirai comunque ad entrare, a cercare gli interruttori della luce per verificare il tipo di guasto, e anche a trovare una pila o un fiammifero per aiutarti a vedere fino a quando il guasto non sarà riparato. Se, cercando la pila al solito posto, non la trovassi, ecco la variazione rispetto alle aspettative, e questo diventerebbe un messaggio: un invito al proponimento a mantenere meglio l'ordine, o un accidente a chi ti ha spostato la pila senza dirtelo.

Forse non è una tua esperienza, ma chi abita vicino ad una ferrovia, impara in breve tempo a dormire nonostante il rumore dei treni: quello che lo sveglia è il treno che non passa al solito orario, la variazione rispetto all'aspettativa, che comunica allarme e disagio.

Il sistema nervoso funziona sulla rilevazione di variazioni: qualsiasi sensazione, se costante, perde significato, per qualsiasi delle terminazioni nervose, con una eccezione solo formale per il mal di denti<sup>18</sup>.

La voce è invece un prodotto di variazioni, dalla vibrazione costitutiva del suono alle variazioni che compongono la pronuncia: non a caso si comunica a voce, fornendo una gran quantità di variazioni. Tuttavia anche per le parole è possibile che la presunta coincidenza tra ciò che si ascolta e ciò che si pensa di ascoltare comporti la scomparsa del messaggio.

È ciò che avviene, per esempio, quando i genitori sgridano i figli per il solito ritardo al sabato sera: da anni, la solita ramanzina sul pericolo dello star fuori di notte e delle preoccupazioni per i genitori che lavorano tanto di giorno, non come voi, sfaticati, che potreste almeno studiare di più e migliorare il rendimento scolastico. I figli conoscono a memoria la predica, e sanno a memoria il comportamento che debbono tenere, ma il messaggio non esiste più, non c'è variazione tra aspettative e paternale, e sabato prossimo ci sarà ancora il medesimo ritardo.

Quando capita di assistere, di solito per televisione, al congresso di un partito, è facile notare come al tavolo della presidenza ciascuno faccia i fatti suoi, incurante di ciò che sta dicendo l'oratore al suo podio. Dato che si conoscono, in quanto colleghi di partito, sanno già cosa verrà detto, quindi non c'è differenza tra ciò che ci si aspetta e discorso reale, e tutti si distraggono.

La variazione come condizione per l'esistenza del messaggio è necessaria anche quando si legge, nonostante la configurazione delle lettere sia un modo per creare variazioni di contrasti sul foglio di carta: se invece di leggere per la prima volta queste righe, tu avessi già imparato bene i contenuti di

---

<sup>18</sup> In realtà, i movimenti della bocca di chi soffre il mal di denti continuano a produrre variazioni nel dolore, e chi riesce a restare immobile riesce persino ad addormentarsi, dimenticando il dolore che, smettendo di variare, consente un po' di abitudine

questo libro, e ti servisse recuperare una frase per poterla citare ad un amico, ecco che i tuoi occhi potrebbero scorrere velocemente le pagine ignorando non solo le lettere, ma anche le parole ed i messaggi ad esse collegati. La percezione di una frase ti farebbe ricordare il discorso seguente e, riconoscendolo, non costituirebbe più variazione, quindi non sarebbe più messaggio.

Tutti questi esempi, per spiegare quanto sia essenziale al messaggio l'aspetto di variazione, mirano a fornire un primo strumento nella comunicazione. Dato che, come abbiamo già visto, l'esistenza del messaggio viene stabilita dal ricevente, il trasmittente può aumentare le probabilità per cui il ricevente decida di ricevere il messaggio lavorando sulla variazione, sulla differenza tra ciò che il ricevente si aspetta di ascoltare e quello che invece viene trasmesso.

Le tecniche per creare variazioni tra aspettative e comunicazione reale, e quindi per costruire messaggi, possono essere le più disparate: è stato riportato dai giornali che un quadro è stato rubato solo per richiamare l'attenzione sul problema dell'aborto, e tutto è possibile a chi desidera farsi ascoltare. Troppo spesso, invece, gli educatori ritengono che l'ascolto sia un problema dell'educando, e riducono al massimo le variazioni, diventando anche mono-toni, quindi noiosi proprio in quanto parlano senza darsi da fare per richiamare l'attenzione.

L'aspetto di variazione che abbiamo rilevato nel messaggio consente di approfondire anche un'altra componente della comunicazione: la capacità di ascoltare. Più si dà per scontato ciò che si percepisce, più si toglie significato di messaggio alle interazioni, mentre chi più si stupisce più riceve comunicazioni. Le variazioni possono essere enormi o piccolissime, e ciascuno, momento per momento, varia la sua sensibilità: la persona innamorata, per esempio, può essere molto sensibile al cambio di pettinatura del partner, e non rimanere scossa per una disgrazia che colpisse i suoi vicini di casa.

Ci sono due modi fondamentali per stupirsi, e dare quindi vivacità alla vita: quello del figlio che si aspetta la perfezione dei genitori e quello del genitore che contempla la crescita del figlio. Il primo metodo comporta una delusione dietro l'altra, induce ad una visione depressiva che limita l'attività fino a diventare un circolo vizioso. Il secondo agisce in senso contrario, ed innesca processi che giustificano ulteriori piacevoli meraviglie. Dato che non è possibile decidere ciò che si riceverà, conviene abituarsi al punto di vista contemplativo, che aiuta anche a vivere meglio.

Purtroppo, tra le conseguenze della democrazia esiste anche il problema di raccogliere consensi da parte di chi è all'opposizione, e questo, spesso, viene ottenuto insegnando a scandalizzarsi per quello che manca senza apprezzare quello che c'è, e colorando in senso politico, come se si trattasse di bieca conservazione, anche l'atteggiamento di chi cerca la gioia di vivere. Tuttavia, se chi è all'opposizione non impara anche ad apprezzare quello che c'è, finisce non solo per condannarsi all'eterna opposizione, ma anche per rovinare la vita a sé e a chi gli crede.

L'atteggiamento di chi si meraviglia, apprezzando quanto riceve in più rispetto alle sue aspettative, è anche il più idoneo in campo educativo. Dato che, educativamente, si può agire solo sulle qualità esistenti, chi più ne vede più ha possibilità per costruirne altre: l'educatore che sa apprezzare le doti dei propri allievi non avrà difficoltà a svilupparle, mentre chi sa solo lamentarsi dei difetti non avrà altra strada che la repressione.

## **2.4. *Gli effetti della comunicazione.***

La variazione tra ciò che si aspetta e ciò che si trova, che costituisce l'essenza del messaggio, comporta un inevitabile cambiamento in chi riceve il messaggio. Proprio in quanto inatteso, anche se la variazione è molto ridotta, il messaggio non può non produrre modifiche all'interno del ricevente.

L'entità e la qualità dei cambiamenti prodotti dalla comunicazione sono molto variabili, e bisognerebbe aprire una lunghissima parentesi per considerare i cambiamenti inconsapevoli, quelli subliminali e addirittura quelli biologici: in questo senso infatti la comunicazione diventa la chiave di lettura per ogni interscambio tra l'individuo e l'ambiente, comprendendo, come messaggio che produce cambiamento e come variazione inaspettata, anche il virus che porta contagio ed il polline per chi è allergico.

Senza entrare in discussioni che sarebbero interessanti ma eccessivamente vaste per i nostri interessi attuali, rimane importante il concetto di cambiamento, anche se non lo definiamo: ci sono comunicazioni che comportano un semplice cambiamento di organizzazione (*questa sera non vengo a cena*), altre che possono portare a difficoltà respiratorie (*mi spiace, ma il suo conto è scoperto*), altre ancora che possono far meditare l'omicidio (*sei tu il cornuto che mantiene una delle mie amanti?*).

Il cambiamento è conseguenza diretta della comunicazione, e chi non vuol cambiare non ha altra via che l'evitare la comunicazione.

La paura di cambiare può essere generica o specifica: raramente si vuole impedire un qualsiasi cambiamento in modo assoluto, molto più spesso si desidera evitare le conseguenze di alcune comunicazioni particolari, e per questo le si fugge.

Prendiamo la condizione di una persona che abbia vissuto a lungo: ha raccolto esperienza, ha constatato, sopravvivendo a ciascuno dei propri coetanei e anche di amici più giovani, come il proprio modo di affrontare la vita sia particolarmente valido, e ritiene quindi che sia utile rimanere fedeli a quanto la vita gli ha insegnato. Poniamo che, tra le convinzioni di questa persona, ci sia un forte senso della proprietà e del controllo di ciò che si possiede: essere sempre consapevoli di tutto quanto appartiene come uno dei cardini necessari per vivere e per poter decidere quando rinunciare e quando acquistare. Molti anziani arrivano a tarda età ritenendo che il segreto della loro longevità stia nell'assoluto controllo di qualsiasi cosa appartenga loro. Ed ecco che, a seguito di una malattia, si rende necessario un ricovero: non un soggiorno a termine, ma definitivo, in modo da garantire un'assistenza specializzata che ormai i familiari non possono più fornire. L'anziano è costretto ad un trasloco contro il quale si oppone con tutte le forze, ma che non può che subire, in quanto ormai l'età gli impedisce di farsi valere: benché per i giovani che lo invitano a trasferirsi sia chiaro che nessuno ha intenzione di toccare il suo capitale, per l'interessato questo significa perdere la padronanza. Un altro ambiente, altra compagnia, un situazione completamente nuova cui adattarsi: comunicazioni che lo mettono in crisi poiché, se vuole vivere, deve rinunciare alle sue convinzioni, è costretto a perdere la padronanza dell'ambiente in cui si era circondato di oggetti che lo confortassero in questa convinzione. Per non riconoscere che si può vivere anche senza essere padroni di tutto ciò che ci circonda, dato che rinunciare a questa convinzione significherebbe dover rivedere tutta l'esperienza passata sotto una nuova luce, con un lavoro inaccettabile per un anziano, l'anziano preferisce impermeabilizzarsi a ciò che lo circonda, e non prendere più in considerazione alcun messaggio, che provenga da persone amiche o dall'ambiente. Non pretendo di spiegare in questo modo tutte le sindromi di demenza senile: è tuttavia comprensibile come in molti casi la chiusura praticamente totale alle percezioni sensoriali costituisca un modo per evitare comunicazioni che costringerebbero ad un cambiamento rifiutato.

Molte demenze senili non giustificate da malattie organicamente riconoscibili (e, almeno secondo alcuni autori<sup>19</sup> costituiscono più del 90% dei casi!) sono comprensibili come rifiuto di ricevere un messaggio che distruggerebbe le convinzioni che sono servite per vivere. Per alcuni si tratta di non vedere che i figli non sono disposti ad alcuni sacrifici, per altri di impedirsi di accorgersi di essere diventati inutili, per altri ancora di non ammettere di essere uguali ai tanti vecchi che li circondano

---

<sup>19</sup> B.F. Skinner, M.E. Vaughan, *Vivere bene la terza età*, Sperling & Kupfer, Milano 1983

negli istituti geriatrici.

In altri casi il rifiuto di cambiare è settoriale. Senza entrare nel merito della componente morale, è tuttavia frequente che, quando una donna è costretta ad abortire (non conosco aborti che non siano vissuti come costretti), si realizzi una violenta conflittualità interiore, tra una parte della personalità che ha deciso, in nome di criteri razionali, per l'interruzione della gravidanza, ed una parte che probabilmente ha anche creato le premesse per la fecondazione (il *lapsus* freudiano) oltre a cercare in tutti i modi di proteggere quanto si sta sviluppando. Superato il conflitto in un modo che è di solito più medico che umano, con la vittoria della parte razionale e con l'intervento sul fisico ma senza aiutare al recupero di una pace anche interiore, si ottiene che spesso la parte meno razionale, quella che voleva la gravidanza, si senta come se fosse stata oggetto di ingiustizia, e reagisca come se avesse perso ogni fiducia nei confronti della parte razionale. Tutto questo può portare a lenti recuperi di equilibri che possono mantenersi a condizione di evitare la stimolazione sessuale, che riaprirebbe il conflitto. In alcuni casi il rifiuto della sessualità diventa assoluto e totale, con un orientamento di tutti gli interessi verso settori lontanissimi dal problema. Per esempio, alcuni casi di femminismo esasperato al punto da evitare qualsiasi dialogo con maschi, hanno alle spalle un aborto sofferto quasi come un suicidio. Più spesso, invece, la *sordità* riguarda la sola componente irrazionale, con conseguente perdita di sensibilità a qualsiasi componente affettiva: per questo non è difficile che ad un primo aborto, vissuto in modo drammatico e con profondo dolore, ne seguano altri in apparente anestesia mentale, in un autolesionismo comprensibile solo alla luce di un rifiuto di qualsiasi messaggio affettivo. Infatti, se l'interessata dovesse ammettere una propria sensibilità sarebbe costretta a cambiare atteggiamento nei confronti di se stessa, condannandosi per il male che si è fatta e perdendo l'equilibrio raggiunto così a fatica. Anche se non è questa la sede adatta, ne accenno per prevenire equivoci: tutti questi drammi sarebbero evitabili se, oltre al sostegno medico venisse fornita una adeguata preparazione psicologica a chi decide di abortire. Il tutto, naturalmente, salva la scelta personale di ordine morale, che merita lo stesso rispetto che si riserva alle scelte morali diverse dalla propria.

Anche nella cosiddetta patologia psicologica è frequente riscontrare una chiusura ad una categoria di comunicazioni, per evitare il cambiamento che queste proporrebbero. È il caso dei veri e propri traumi psicologici, dove da bambini si è assistito a situazioni che sono state lette in modo pericoloso per il proprio equilibrio. Un bambino che avesse dovuto essere presente all'omicidio di un proprio genitore, ha buone probabilità di covare un'insensibilità alle comunicazioni di fiducia, e di non riuscire più a fidarsi di alcuno. Per questa persona, accettare un messaggio di fiducia diventerebbe negare la propria esperienza e quanto ha dovuto costruire per sopravvivere alla perdita di un punto di riferimento: per questo è facile che rifiuti i messaggi di fiducia, assumendo un'ostilità preconcepita che lo isolerà sempre di più, e sempre di più allontanerà gli altri, in una spirale senza vie di uscita.

Non è facile che persone che hanno alle spalle motivi per temere la comunicazione si aprano e cerchino aiuto: tuttavia a volte succede che persone che fanno fatica a vivere in seguito a problemi di rifiuto della comunicazione si rivolgano ad esperti per essere aiutate in quel problema. Se l'esperto riesce a capirne l'origine, non è difficile condurre l'interessato a capire l'origine del suo problema, e ad aprirgli un modo nuovo di vivere.

## **2.5. Proposta per una definizione di comunicazione.**

Ormai abbiamo gli elementi per una definizione operativa di comunicazione: alla luce di quanto abbiamo visto fino ad ora possiamo definire la comunicazione come

**Quell'insieme di variazioni**

**che inducono il ricevente  
a ritenere di essere in presenza di un messaggio  
ed a lasciarsi modificare dalle informazioni che esso comporta.**

Si tratta di una definizione valida per ciascuno dei comunicanti, anche se, come vedremo più avanti, non esaustiva, in quanto la comunicazione comporta anche altri aspetti. Essa è comunque sufficiente per stabilire se esista o meno una comunicazione. La definizione riassume quanto abbiamo visto precedentemente: occorre un ricevente che venga modificato in seguito a variazioni che interpreta come messaggio. In assenza di uno qualsiasi di questi elementi, non parleremo di comunicazione.

La conseguenza più importante della definizione consiste nel non classificare immediatamente come comunicazioni i messaggi trasmessi: il fatto che un trasmettente decida di comunicare non è sufficiente perché esista una comunicazione.

In questa luce si può notare come, quando presso gli Antichi si compivano sacrifici agli dei, o si conducevano processioni sacre, il ricevente fosse tutt'altro che evidente, e non fosse possibile alcun modo per constatare la presenza di un dialogo tra gli dei e gli stregoni. Vi erano altri riceventi, che apparentemente non erano i destinatari del messaggio, ma che vi davano significato: gli astanti ed i partecipanti ai riti. Diventa così chiaro quello che gli stregoni probabilmente conoscevano molto bene, e cioè che l'importanza del rito religioso non era nei confronti di dei che non avevano il piacere di conoscere, ma era funzionale alla manipolazione delle coscienze degli astanti, proprio perché la comunicazione, in quanto tale, modifica il ricevente.

Allo stesso modo diventa evidente il significato di molte crisi isteriche, in particolare di quelle che assomigliano moltissimo agli effetti di possessioni demoniache: anche in questi casi manca l'interlocutore dichiarato, mentre sono indispensabili i testimoni. In tutte le crisi isteriche è indispensabile la presenza di persone che, in quanto astanti, sono i veri destinatari del messaggio dell'attore: se infatti gli astanti si allontanano, la crisi si affievolisce fino a scomparire. È quindi probabile che le crisi isteriche non siano la conseguenza di una malattia mentale: in tal caso comporterebbe l'esagitazione anche in assenza di testimoni, come avviene per esempio durante le crisi epilettiche. È invece attendibile che le crisi isteriche, anche quelle che assomigliano a possessioni demoniache, comportino invece problemi comunicativi: d'altro canto, tanto la psicanalisi quanto l'esorcismo, senza entrare nel merito del Soprannaturale che non tocca a noi discutere, presentano l'aspetto esteriore di sapienti tecniche comunicative.

Esistono anche metodiche che consentono di sfruttare questa caratteristica della comunicazione, per cui non importa tanto che esista il ricevente dichiarato, mentre è importante la presenza di riceventi che traggono dal messaggio motivi di cambiamento. Per esempio, M. ERICKSON, famoso ipnotista citato in bibliografia, ricorreva ad un sistema del genere quando decideva di mandare in trance un paziente contrario a lasciarsi ipnotizzare: tranquillizzandolo, Erickson gli spiegava che, se avesse collaborato, avrebbe fatto con lui le stesse cose che aveva fatto col suo amico John<sup>20</sup>, e dopo questa premessa, descriveva l'induzione in trance in terza persona, come se si trattasse di ipnotizzare un assente, col risultato di ottenere la trance del paziente presente.

Analogamente, educatori esperti sono in grado di commentare con un allievo argomenti che di fatto interessano molto da vicino un altro allievo presente: l'assistere al discorso senza sentirsi al centro dell'attenzione produce un aumento dell'interesse e quindi una motivazione a metter in pratica quanto una *predica* diretta non avrebbe potuto ottenere.

---

<sup>20</sup> Questo metodo per indurre la trance è stato infatti battezzato da Erickson col nome di "tecnica del mio amico John".

Ancora, contrariamente a quanto potrebbe ritenersi, non c'è comunicazione quando non c'è cambiamento nel ricevente. Il cambiamento può essere molto piccolo, e generalmente lo è, ma deve esserci. Quando per esempio due persone discutono di calcio, e si trovano d'accordo, in quanto tifosi della medesima squadra, operano comunque un cambiamento reciproco, in quanto consolidano la loro fede nella squadra ed il loro legame di amicizia. Invece, quando si discute partendo da posizioni opposte, spesso non si comunica, in quanto non si opera cambiamento: per questo, di solito, si passa alla provocazione polemica, che ottenga quantomeno una reazione.

## **2.6. Come ci si difende dalla comunicazione.**

Chi *decide* di non cambiare, si pone nella condizione di non poter ascoltare alcun messaggio, e questo è stato esaminato precedentemente. Prendiamo ora in considerazione i sistemi che consentono di rifiutare il cambiamento dopo aver ricevuto il messaggio, e quindi anche dopo aver valutato, sia pur grossolanamente, l'entità del cambiamento che questo comporterebbe.

Il metodo, alla portata di tutti, consiste nel giudizio di bugia. Se un messaggio sconvolgente viene trasmesso da un *bugiardo*, allora il messaggio perde la capacità di sconvolgere, e può essere tranquillamente negato. A rigore, un cambiamento viene ugualmente prodotto, ed è nei confronti dell'immagine del trasmittente: o si accetta il messaggio, cambiando per quanto esso richiede, o si cambia parere sul trasmittente, che era stato ascoltato, e quindi ritenuto interessante, e poi viene rifiutato, condannandolo come bugiardo.

Il giudizio di bugia consente due sotto-classificazioni: possibile attribuire al *bugiardo* la volontà di trasmettere un messaggio falso, oppure consentirgli di averlo trasmesso involontariamente. Nel primo caso si parla di bugia e/o cattiveria, nel secondo caso sono ammesse tutte le sfumature dall'ingenuità alla pazzia per negare al trasmittente il diritto di trasmettere messaggi sconvolgenti.

Con questo non sto sostenendo che nessuno dica bugie. Ciascuno sa, per esperienza, di aver detto delle bugie, sia volontarie che involontarie, per ignoranza in merito ai fatti che credeva di poter descrivere. Ciascuno sa anche che, quando ci si trova a decidere che è conveniente ricorrere alla bugia, si prendono le cautele adeguate, e si utilizza la comunicazione verbale e non verbale in modo da evitare di essere scoperti. Dopo le prime bugie infantili, miseramente naufragate di fronte all'interrogatorio degli adulti, chiunque ha imparato a dire bugie solo con la certezza quasi assoluta di non essere scoperto. E questo vale non solo per te, ma anche per quasi tutti i tuoi interlocutori: in altri termini, con tutta la fiducia e la stima che posso avere nei tuoi confronti, consentimi di ritenere che quasi tutti coloro che ti hanno mentito l'abbiano fatta franca, proprio come è successo a te, quando hai mentito ad altri.

Tutto questo ci porta ad introdurre una classificazione tra le bugie: le bugie vere e quelle false. Chiameremo *bugie vere* quelle che sono dette come bugie, con l'intenzione di mentire, e quindi con tutte le attenzioni per evitare di essere scoperte. Un esempio tipico di bugia vera è quella sostenuta dall'evasore fiscale: di solito è così ben congegnata che pur con tutti i sospetti, nessuno riesce a trovare le prove. È quindi rarissimo che ci si possa accorgere di una bugia vera, soprattutto se chi la dice è una persona adulta e matura. Le bugie false sono invece quelle interpretate come tali dal ricevente. Proprio in quanto il messaggio comporterebbe un cambiamento inaccettabile, lo si liquida con il giudizio di bugia, e conseguentemente con l'accusa di bugiardo a chi ha trasmesso il messaggio. Un esempio di bugia falsa è quella che si ritiene detta dall'avversario in campagna elettorale: chi ha un minimo di interesse per la vita politica ha anche le sue simpatie ed un suo orientamento verso quello che ritiene il bene per il Paese. Il fatto di operare una scelta comporta inevitabilmente l'identificazione degli avversari, riconosciuti come aderenti ai partiti in conflitto con quello preferito: in altri termini, si finisce per pensare che gli avversari vogliano il male del Paese, e si classificano immediatamente come

bugiardi, visto che loro dichiarano di volere il bene del Paese. Durante le campagne elettorali succede che ciascuno dei concorrenti proclami programmi orientati verso il bene del Paese, e che questi programmi possano andare bene per la maggioranza delle persone, anche se sono poche le persone che accettano integralmente il programma di un partito senza un minimo di riserve. Teoricamente, quindi, i messaggi di propaganda dovrebbero produrre, in ciascuno degli elettori, il cambiamento di adesione a ciascuno dei programmi che ascoltano. Sempre teoricamente, le cose dovrebbero andare così: si sente il comizio dei Tizisti, lo si approva, e vi si aderisce; poi si sente quello di Caiani, lo si approva, e vi si aderisce; infine si sente quello dei Semproniali, lo si approva e vi si aderisce. Questo effetto non solo è scomodo per gli elettori, che si troverebbero continuamente a cambiare parere, ma vanificherebbe le fatiche degli oratori, che non otterrebbero di aumentare l'elettorato a proprio favore. Per questo, i comizi elettorali non riguardano i programmi, ma la dimostrazione che gli avversari sono bugiardi. I Tizisti non parlano dei loro programmi: si occupano invece di evidenziare le bugie dei Caiani e dei Semproniali, attività per altro svolta anche dai Caiani e dai Semproniali nei confronti dei loro avversari. Sostenendo le bugie altrui non si ottiene di aumentare l'elettorato, ma ci si illude, quantomeno, di non perderlo, almeno fino a che non si presenta qualcuno con un programma così nuovo da costituire un autentico messaggio sconvolgente.

Di fatto, quasi sempre la propaganda elettorale si riconduce ad una sequenza di accuse di falsità, nel tentativo di neutralizzare la portata del messaggio sostenuto dagli avversari: in questo scambio di critiche è facile riconoscervi tutte le sfumature, dall'ingenuità alla pazzia e alla cattiveria. I votanti vengono considerati ingenui, persone che si sono lasciate abbindolare dalla propaganda, e che, per ignoranza, sostengono chi vuole il male del Paese. I dirigenti dei partiti avversari, invece, appartengono alla categoria dei cattivi: loro (nella convinzione di chi li accusa, naturalmente) sanno bene quale sarebbe il bene del Paese, ma cercano solo un tornaconto personale strumentalizzando senza scrupoli quanti li votano. Infine, i pazzi: così vengono definiti quegli entusiasti che sostengono il partito avversario con sacrificio e dedizione, diventando pericolosi esempi trascinatori per i tiepidi e gli incerti. Cattivi, ingenui e pazzi, sono giudizi che consentono di ignorare il messaggio, e di mantenere la propria opinione politica nonostante l'evidenza di altre persone che sostengono il contrario. Vorrei farti notare come in tutto questo ragionamento sia possibile collocare qualsiasi partito reale, tanto quello che potresti preferire quanto i suoi avversari: il risultato non cambierebbe, anche se è spontaneo aggrapparsi alla speranza che *il mio, però, è un po' diverso....*

Le accuse di bugia non avvengono solo in politica, anche se è l'argomento che consente il maggior numero di esempi: un altro luogo dove è facile ricorrere al giudizio di falsità è l'ambiente di lavoro. Tipicamente, il collega che fa carriera più velocemente degli altri è accusato di ipocrisia, come se i suoi avanzamenti fossero determinati da un comportamento falso, e, soprattutto, dimenticando che qualsiasi ditta, dove fossero gli ipocriti a fare carriera, sarebbe destinata al fallimento.

Ancora, quando la vita di coppia non è serena, ed i coniugi si sentono costretti ad una convivenza che ormai non sopportano più, il modo migliore per evitare di modificarsi a vicenda consiste nell'accusarsi reciprocamente di menzogna. In questi casi è frequente il ricorso a due delle giustificazioni possibili: mentre un coniuge accusa apertamente l'altro di bugia deliberata, l'altro tende a non rispondere direttamente, tenendo per sé un giudizio di malattia mentale più o meno grave, finalizzato comunque a togliere significato ai messaggi che potrebbe ricevere.

La caratteristica peggiore del giudizio di bugia, volontaria o involontaria che sia, è quella dell'auto-giustificazione: chi si convince di avere a che fare con un bugiardo troverà sempre il modo di darsi ragione, e se non dubita della sua convinzione nulla potrà fargli cambiare parere. Come insegna l'esperienza, infatti, tanto a proposito degli avversari politici che dei colleghi di lavoro che del coniuge o di qualsiasi altra situazione, nulla è più difficile che far cambiar parere a chi è convinto di avere a che



fare con un mentitore. La cosa diventa drammatica quando questa convinzione viene accettata da una giuria o peggio da un collegio di giudici, col risultato di scoprire anni dopo l'esecuzione della condanna di avere preso un abbaglio dalle conseguenze terribili.

È quindi molto più prudente ed efficace accettare il rischio di non accusare di bugia: le conseguenze sono molto meno gravi di quello che si crede.

Sul numero 448 del 27 Giugno 1964 di Topolino (sì, proprio famoso il giornalino a fumetti) Ennio MISSAGLIA scrive una storia, illustrata da Giovan Battista CARPI in cui si fornisce un'interessante soluzione al problema della bugia. La storia, intitolata *Zio Paperone e la Poltrona di Morfeo*, propone il solito Zio Paperone derubato dei suoi fantastiliardi dai soliti Bassotti. Questa volta, però, Qui, Quo, e Qua, i nipotini, non solo intuiscono subito che sono stati i Bassotti ad operare il furto, ma conoscono anche l'indirizzo dei fuorilegge, e si precipitano con lo Zio a recuperare il maltolto. Qui trovano un cartello che spiega come i poveri Bassotti si siano trasferiti presso la loro residenza estiva, sulla Strada Statale 31. Zio Paperone riflette: *Se fossero loro i colpevoli non avrebbero lasciato l'indirizzo*, ma Quo rimane fedele al suo intuito, pensandoli colpevoli, e ritenendoli quindi bugiardi. Alla residenza estiva, non solo i Bassotti si lasciano trovare, non solo hanno il comportamento di chi è ancora senza soldi, ma dimostrano anche il rammarico di essere stati battuti sul tempo, quando Paperone li accusa di averlo derubato. Sempre i nipotini suggeriscono allora di passare davanti ai Bassotti, informandoli che stanno andando a recuperare il denaro rubato, dato che una persona ha detto a Paperone dove si trova, in cambio di una buona mancia. I Bassotti a questo punto non reggono al loro stesso gioco, e corrono sul luogo dove hanno nascosto il bottino per difenderlo, senza accorgersi che in questo modo insegnano a Paperone la strada per recuperarlo.

La bugia dei Bassotti è, in questo caso, di quelle vere, ed il lettore del fumetto lo sa, perché assiste al furto prima che i Bassotti lo neghino. Solo per questo è attendibile la strategia dei nipotini che sostengono la falsità dei Bassotti. È comunque interessante la tecnica per farli crollare, che passa dal far credere ai Bassotti che si crede alla loro bugia. Fino a che Paperone li ritiene bugiardi, loro hanno buon gioco a dimostrarsi innocenti ed a ritorcere l'accusa a Paperone, che si indebolisce sempre più nella sua convinzione: come sempre, chi sa di dire una bugia, farà di tutto per convincere l'interlocutore della sua sincerità, ed il successo è molto frequente. Chi sa dire le bugie sa benissimo che il modo migliore per coprirle è mantenere l'iniziativa. Per questo, la strategia vincente è togliere l'iniziativa a chi ha detto la bugia<sup>21</sup>. Dato che le bugie si dicono per proteggere un interesse, è sempre possibile costringere chi ha detto la bugia a scegliere tra la protezione dell'interesse e la coerenza con la bugia: basta mantenere la calma e superare il risentimento che si prova quando si sospetta di essere stati trattati da ingenui.

Vedremo più avanti un altro modo per leggere il fenomeno della bugia, che costituisce comunque un aspetto fondamentale della comunicazione. L'esperienza mi insegna che sforzarsi di evitare il pensiero che l'interlocutore invii messaggi falsi è comunque molto utile. Rinunciare a giudizi di bugia, di cattiveria, di ingenuità, di nevrosi o di pazzia, è sicuramente faticoso, ma comporta un aumento notevole di esperienza. Naturalmente, se ho dei dubbi faccio le mie verifiche, ma evito di far sapere che dubito: è stato comunque molto raro che qualcuno mi abbia trasmesso messaggi che poi si siano verificati falsi e finalizzati solo ad un suo tornaconto. Invece, lo sforzo per considerare sincera la persona che mi appare bugiarda ha portato a me un notevole allargamento nella mentalità e nella possibilità di far tesoro dell'esperienza altrui.

---

<sup>21</sup> Nota come mi ostino ad evitare la parola "bugiardo". I bugiardi, infatti, non esistono: esistono solo persone, me e te compresi, che hanno detto alcune bugie, ma non è possibile vivere dicendo solo bugie.

### 3. La lite e le sue conseguenze

#### 3.1. *Quando prevale il sospetto di bugia.*

Se tra due o più comunicanti sorge un sospetto reciproco di bugia intenzionale, la comunicazione diventa particolarmente problematica. Mentre nel caso della coppia fragile, che resiste con fatica, almeno uno dei coniugi giudica l'altro come bugiardo involontario (matto, nevrotico, o qualsiasi altro termine che giustifichi comunque a non prendere in considerazione il suo messaggio), qui affrontiamo la situazione in cui tutti gli interlocutori si convincono di essere oggetto di menzogne intenzionali. La prima conseguenza è la perdita di validità del linguaggio verbale: poiché il significato delle parole è affidato ad un accordo (un vocabolario comune), e poiché l'accordo non è più sufficiente, in quanto messo in dubbio dal sospetto di bugia, non si smette di comunicare, ma si smette di utilizzare il linguaggio verbale. Se i comunicanti sono solo due, per esempio durante una discussione, si comincia ad urlare, inserendo cioè la componente non verbale del volume della voce, per passare poi ai gesti che sostituiscono man mano le parole, fino a diventare percosse, affidando alla forza quanto non è gestibile mediante il linguaggio.

Anche la violenza fisica può essere letta dal punto della comunicazione, costituendo una variazione, la percossa appunto, che viene interpretata dal ricevente come intenzionale, e quindi genera un cambiamento, di solito la motivazione a reagire, anche se a volte diventa uno stimolo ad arrendersi.

Se i comunicanti non sono solo due, ma molti di più, allora la lite diventa guerra: le sorti in questo caso dipendono anche dalle scorte e dalla capacità di incassare perdite, ma anche in guerra valgono le leggi della comunicazione, prima di tutte quella della sfiducia a proposito del linguaggio verbale. Mentre nel litigio a due è ormai consuetudine ricorrere ad una terza persona, arbitro o giudice, che possa utilizzare un linguaggio verbale credibile per entrambi i contendenti, in guerra questo diventa sempre più difficile.

Presso gli antichi la vendita della pace avveniva nel santuario di Delfi, dedicato ad Apollo: mentre la soldataglia che accompagnava i notabili si divertiva al teatro dedicato a Bacco o ad ascoltare le insulsaggini della Pizia, i sacerdoti ricevevano i capi presso il tempio di Apollo, li ascoltavano, e proponevano quanto la loro saggezza suggeriva alla luce di quanto avevano già ascoltato in precedenza sul medesimo problema, da altre delegazioni. Lì la pace veniva venduta, come testimoniano i resti dei vari *tesori*, piccoli tempietti dove ogni gruppo depositava le proprie offerte, in oro, ad Apollo. È molto probabile che le condizioni della pace, proposte dai saggi, fossero inversamente proporzionali ai doni portati, facilitando i generosi e rendendo amara la sconfitta per quanti non dimostrassero di apprezzare le loro mediazioni.

Dal Medio Evo fino alla prima Guerra Mondiale, il ruolo di distributori di pace che fu dei sacerdoti di Apollo è stato amministrato dal Vaticano, pur con qualche tentennamento quando gli interessi toccavano parenti di papi o di cardinali: la famosa Lotta per le Investiture, conclusasi col trattato di Worms (1122) dopo più di un secolo di battaglie, altro non è che il tentativo, da parte del Vaticano, di controllare la nomina dei re, in modo da poter amministrare meglio la pace. Oggi il compito spetterebbe all'Organizzazione delle Nazioni Unite, anche se rimangono i sospetti di non neutralità che potrebbero costituire un serio scoglio se la comunicazione tra le nazioni più potenti dovesse

incrinarsi.<sup>22</sup>

### **3.2. Il problema della pace.**

Quando il linguaggio verbale non è più credibile, come avviene in caso di lite o di guerra, diventa possibile solo un tipo di comunicazione: l'aggressione. Qualsiasi altro comportamento viene interpretato dall'avversario come un cedimento, comportando quindi non la pace ma la resa, con conseguenze indesiderate. Il motivo di questa difficoltà sta nell'assenza, nel linguaggio non verbale, della possibilità di comunicare la negazione. Il linguaggio non verbale, infatti, è solo affermazione, in quanto qualsiasi gesto non può che proporsi, e, come tale, affermare qualcosa. In alcuni casi è possibile negare affermando il contrario, quando il contrario esiste. Per esempio, è possibile andare a Nord negando con questo di voler andare a Sud: ma situazioni così comode sono rare ed il problema della negazione resta. In particolare, nel problema della pace, si tratta di riuscire a comunicare il contrario della guerra, ma se la guerra è aggressione, il contrario dell'aggressione appare immediatamente come subire, messaggio che nessuno dei contendenti vorrebbe mai trasmettere.

Va notato che i gesti come l'oscillazione del capo o del dito utilizzati per negare, hanno ormai acquisito un significato verbale, sussistendo un accordo che ne giustifica il valore, e proprio per questo non sono validi per comunicare la pace: d'altro canto nessuno riesce ad immaginare sia possibile comunicare un credibile messaggio di pace con gesti come l'oscillazione del capo.

L'osservazione degli animali che, non disponendo di un linguaggio verbale, si trovano in questa condizione di fronte alla negazione, ha aiutato molto gli studiosi di comunicazione ad impostare qualche soluzione a questo problema.

Se non hai un cane, chiedi ad amici che ce l'hanno di confermarti quanto sto per descriverti. Di solito quando si compra un cane è opportuno insegnargli presto quali sono gli ambienti dove può circolare liberamente, e quali invece dove è necessario il permesso per entrare. Di solito, il salotto, con le sue poltrone, è un ambiente dove il cane non può entrare da solo, e in un modo o nell'altro si riesce a farglielo capire. È frequente che l'accesso al salotto sia consentito dopo cena, quando si va a guardare la televisione, mentre il cane si accuccia sul suo cuscino.

Può succedere che una sera si sia in ritardo e che il cane, seguendo i suoi ritmi, abbia voglia di andare in salotto anche se il padrone di casa non è ancora pronto. In questo caso succede che il cane si disponga con le zampe anteriori all'interno del salotto, lasciando fuori la parte posteriore del corpo, e che si metta ad abbaiare in modo da richiamare l'attenzione. Il padrone di casa arriva, intuisce il desiderio del cane, e gli dà un colpetto sulla schiena, invitandolo ad entrare anche da solo. Il cane va al suo cuscino: quando arriva il suo padrone e si siede alla solita poltrona, il cane allora si alza e va a deporre il collo sulle ginocchia del padrone, come se lo invitasse ad accarezzarlo proprio tra le orecchie e le spalle.

Tra cane e padrone si è realizzato uno scambio di messaggi molto particolare, che, alla luce di lunghi studi di etologia, può essere tradotto in questi termini verbali. Il primo messaggio, quello sulla soglia del salotto, suonava *Caro padrone, lo vedi che sono un bravo cane? Avrei potuto approfittare della tua distrazione, ed andare dove tu non vuoi che vada da solo, invece ti ho chiamato ed ho*

---

<sup>22</sup> Questo paragrafo, ed il successivo, venivano scritti nel '95, prima che si manifestasse la questione islamica. Oggi per la pace si richiede qualcosa di più, perché l'Islam non accetta mediazioni: gli integralisti islamici, infatti, ritengono inaffidabili tutti coloro che non riconoscono che hanno ragione. D'altro canto, gli anti-islamici sono ancora troppo divisi per costituire un muro sufficiente a motivare al dialogo. Presumibilmente, l'alto consumo di suicidi che gli islamici sostengono per la loro battaglia, porterà al loro indebolimento prima che gli anti-islamici raggiungano l'unità sufficiente per aprire un tavolo di dialogo.

*aspettato che mi dessi il permesso. Il secondo messaggio è invece trasmesso dal padrone, anche se è il cane a provocarlo, e suona pressa'a poco così Caro cane, lo vedi che sono un bravo padrone? Potrei approfittare della debolezza del tuo collo, sotto le mie mani forti e potenti, per farti male senza che tu possa reagire: se io volessi farti del male, tu non potresti difenderti. Invece io sono un bravo padrone, e mi limito ad accarezzarti.*

Gli animali ottengono il risultato della negazione mediante l'interruzione dell'assalto: in questo modo non desistono dalla lotta, ma si fermano prima che il loro assalto possa arrecare danni, comunicando così la loro intenzione di pace. Chi ha osservato in modo imparziale il periodo della cosiddetta Guerra Fredda, tra la fine della Seconda Guerra Mondiale ed il crollo del Muro di Berlino, ha potuto notare come sia avvenuto uno scambio di messaggi di interruzione degli assalti. Di tanto in tanto, uno dei due contendenti, o gli Stati Uniti o l'Unione Sovietica, faceva sapere di aver aumentato il suo arsenale, acquisendo, poniamo, 100 testate atomiche. Qualche mese dopo si veniva a sapere che anche l'avversario aggiornava la propria potenza, aggiungendo, poniamo, 50 sommergibili nucleari. Anche se per i relativi popoli questi apparivano come messaggi aggressivi, di fatto nessuno dei due ha mai utilizzato le proprie armi contro l'altro, in un messaggio che valeva *Caro avversario, lo vedi che voglio la pace? Ho aumentato le mie armi, in questo momento potrei attaccarti e vincere, e non lo faccio, perché non voglio la guerra.* Quando, col crollo del Muro, sarebbe stato possibile approfittare della debolezza sovietica, è stato evidente che lo scambio di messaggi, durato quasi mezzo secolo, aveva ottenuto lo scopo, e la guerra non c'è stata.

### **3.3. I significati dell'interruzione.**

Non sono solo i cani ad utilizzare l'interruzione per comunicare la negazione. Nell'essere umano, la prima interruzione come messaggio avviene molto tempo prima di imparare a parlare. Quando il bambino viene allattato, che sia al seno o col biberon, prima o poi si trova nella condizione di aver mangiato abbastanza, e col problema di farlo capire alla madre. Se si ritrae, troppo spesso succede che la madre creda di essersi rilassata un momento, e spinge nuovamente il piccolo contro il seno, togliendo quindi efficacia al gesto. Per questo il bimbo impara a dimostrare che sa benissimo come stare attaccato, ma se ne stacca, per poi riattaccarsi brevemente e quindi staccarsene nuovamente. Per far questo deve fare oscillare il capo verso destra e verso sinistra, movimento che il seno non riesce a seguire e che ha comunque il suo effetto anche col biberon: anche se è sopra pensiero, la madre si accorge di questo gesto ed interrompe l'allattamento, insegnando così che funziona. La negazione mediante l'oscillazione del capo negli adulti trova la sua origine nell'efficacia di questa sequenza, e diventa *verbale* in quanto utilizzato indipendentemente dalla situazione originale.

Invece il gesto di affermazione, ottenuto mediante il capo che si china in avanti, rappresenta un'abbreviazione dell'inchino di sottomissione che accompagnava tempi addietro la formula del *signorsì*: in Sicilia la negazione col capo avviene sollevando la testa, in un gesto opposto a quello dell'affermazione, e muovendo la bocca in modo opposto a quello necessario per dire *sì*, ottenendone il caratteristico *zt!*.

Come per tutti i Primati, anche per l'essere umano l'esibizione dei denti a bocca aperta è un messaggio di aggressione, come già accennato a proposito dello sbadiglio. L'interruzione dell'aggressione mediante la bocca si ottiene mostrando l'intenzione di non mordere, e quindi a mascelle serrate: l'esibizione dei denti chiusi è meglio nota col nome di *sorriso* e comunica solidarietà e alleanza, proprio al contrario dell'aggressione. Chi osserva gli animali sa che il sorriso, così descritto, è presente in molti mammiferi, cani compresi, anche se è difficile riuscire a mettere un animale nella condizione di negare il morso, sorridendo.

Il pianto non nasce come messaggio: ha precise funzioni biologiche, non ultima quella di provocare la secrezione di enkefaline, che sono sostanze prodotte da micro-ghiandole disposte nei pressi del sistema nervoso centrale. Tra gli effetti delle enkefaline, il più noto è quel tipico senso di sollievo che si prova dopo aver pianto, tanto importante per i bambini per riprendersi dopo aver provato un dolore fisico. Il pianto tuttavia si colora come messaggio quando avviene in pubblico, con l'effetto di non lasciare indifferenti coloro che vi assistono. Dal punto di vista comunicativo, il pianto comporta il rilassamento di tutti i muscoli facciali. Il sorriso diventa anche il contrario della tristezza tanto più che mostrare i denti chiusi viene rappresentato tendendo tutti i muscoli che si rilassano nel pianto.

Ora, immaginiamo di portare un assalto al corpo di un'altra persona: se questa viene ferita, la reazione naturale diventa il pianto. Ma se l'assalto viene interrotto, allora si ottiene, come reazione, un pianto interrotto a sua volta. L'assalto interrotto può essere prodotto con una piuma al posto di una lama, e l'effetto che ne consegue è il solletico, che provoca la forma più originale del pianto interrotto, cioè il riso.

Che il riso derivi dall'interruzione del pianto è constatabile anche in altri modi. I fotografi esperti sanno che occorrono molte attenzioni per fotografare una persona che sta ridendo, perché l'istantanea, che blocca l'immagine impedendo di cogliere l'interruzione, riproduce quasi sempre un viso piangente. D'altro canto è noto che quando il riso diventa irrefrenabile, si piange dal gran ridere, appunto perché le interruzioni non diventano più controllabili. Infine, il detto a proposito del riso che fa buon sangue non fa che evidenziare l'effetto delle enkefaline, che avviene anche col riso proprio in quanto derivato dal pianto.

Il valore di negazione delle interruzioni si può riscontrare anche in altri momenti della vita quotidiana, ed in particolare in quelli legati alla pace. Anche se l'abitudine ci rende disattenti, tutti i saluti sono gesti di pace, e come tali interruzioni: è interruzione la stretta di mano, che si ferma prima di far male, è interruzione la pacca sulle spalle, l'abbraccio, e anche il bacio sulla guancia o sul naso, proprio dove si morde quando ci si accapiglia; è interruzione il saluto romano, che mostra la mano aperta, e quindi vuota, senza armi, ed è interruzione anche lo scambio di pacche sulle mani, il saluto tipico degli studenti americani.

Anche il corteggiamento è una sequenza di interruzioni: negli animali si può vedere molto chiaramente come chi propone il rapporto sessuale spenda parecchie energie in sequenze di movimenti interrotti, così che il destinatario dei messaggi sia tranquillizzato che l'irruenza non sarà a suo danno. Nell'essere umano, la danza ha prevalentemente questo compito: che si tratti di una polka o di un rock, è sempre fondamentale esibire la capacità di controllarsi nonostante i ritmi eccitanti. Ogni passo di danza consiste nella negazione dell'impulso, interrompendolo, ed esibendo così le proprie intenzioni pacifiche.

### **3.4. Concretamente.**

A questo punto il sistema dell'interruzione dovrebbe esser chiaro, almeno per l'aspetto teorico. La tecnica dell'interruzione è efficace tutte le volte in cui una relazione viene minacciata da un equivoco. Vediamo quindi qualche esempio.

#### **3.4.1.**

Eravamo, mia moglie ed io, in qualità di turisti, ad Altinoluk, piacevole cittadina che si affaccia sul golfo di Edremit, a nord di Smirne, in Turchia. Era quasi mezzogiorno, eravamo nella piazza centrale del paese, un caldo venerdì di agosto, quando abbiamo sentito un pianto angosciato di bimbo provenire da una finestra aperta al secondo piano. Non leggiamo il turco, ma le insegne erano anche disegnate, e

si intuiva lo studio di un dentista: prestando attenzione si poteva sentire, quando il pianto smetteva, il tipico rumore dei trapani a filo, quelli che oggi sono scomparsi, e che costituivano il motivo principale per evitare di andare dal dentista. Dopo qualche alternanza tra strilli e trapano, il pianto aumentò e durò più del solito: fu a quel punto che comparve alla finestra un uomo in camice chiaro con in braccio una bimba di quattro o cinque anni che urlava e si dimenava. Con calma, l'uomo prese la bimba e la mise in piedi sul davanzale, dopo averle posto il proprio braccio davanti alla vita, come una cintura di sicurezza. Appoggiò poi l'altra mano alla nuca della bimba e la sospinse in avanti, in modo che potesse rendersi conto dell'altezza della finestra. In pochi secondi la bimba smise di piangere, il dentista la riportò all'interno, e di lì a poco si sentì nuovamente il motorino del trapano e del filo sulle pulegge, senza altri pianti.

Fu come se il dentista avesse detto, senza parlare, alla bimba *Vedi come siamo in alto? Vedi come sono forte? Se la mia intenzione fosse quella di farti del male non ti terrei così forte col mio braccio, e potrei buttarti giù: tu non avresti modo di difenderti. Quindi, se col mio trapano ti faccio male, è solo per farti del bene.* Praticamente, l'aver posto la bimba sul davanzale è stata una forma di interruzione del gesto di buttarla giù, interruzione che spiegava le intenzioni amichevoli del dentista. Ciò non toglie, naturalmente, che se avessimo potuto intervistare il dentista, questi, probabilmente, ci avrebbe spiegato che aveva notato come sia utile, per far mettere di piangere i bambini che piangono troppo, fargli prendere una boccata d'aria portandoli sul davanzale della finestra.

### 3.4.2.

Analogo effetto di interruzione hanno le sculacciate, quando vengono somministrate con calma dai genitori ad un bambino che fa capricci. Perché si realizzi la condizione di interruzione occorre che il bimbo abbia meno di quattro anni (soprattutto per una questione di dimensioni), e che il genitore sia seduto, dopo aver disposto il bambino con la pancia sulle ginocchia del genitore: a questo punto è molto importante che il cavo della mano sia concavo, e che le mani non siano sudate, per fare molto rumore e praticamente nessun male, come quando si applaude; naturalmente, si richiede anche che il bambino sia nella spirale del capriccio.

I capricci dei bambini sono determinati da una situazione conflittuale: il bambino, per qualsiasi motivo, teme di aver perso il diritto all'affetto, e questo lo manda in angoscia. Dal suo punto di vista, l'unico modo per uscire dalla condizione angosciata sarebbe una prova d'amore: la concessione, da parte dei genitori, di qualcosa che generalmente i genitori non concedono. Dal punto di vista del bambino, l'unica prova d'amore valida è l'eccezione alla regola, e se l'eccezione non avviene, ciò dimostra che i genitori non amano più, confermando la condizione angosciata. Il guaio è che anche nel caso che i genitori concedano l'eccezione, il bambino tornerà ben presto all'angoscia, nel terrore che, con l'eccezione, si sia consumato tutto l'affetto, e che non ci siano più eccezioni da fare per ottenere una conferma dell'amore da parte dei genitori.

Lo sculaccione costituisce, entro il termine dei quattro anni, il messaggio che insegna al bambino che l'amore dei genitori è diverso e migliore rispetto a quello che lui crede. Proprio mediante la posizione ed il rumore, viene comunicato al bambino che, se il genitore non lo amasse, potrebbe fargli molto male: il fatto che tutto questo si riduca ad un po' di rumore, e che comunque il genitore controlli pienamente la situazione, costituisce interruzione, e comunica al bambino che il genitore sa di amarlo, sa che l'amore che gli offre supera i suoi bisogni, e quindi può calmarsi. Il colpo della mano e l'attesa di dolore giustificano anche il pianto successivo, che non è di angoscia, e consente al bambino di ritenersi in diritto di spendere qualche lacrima. In questo modo l'effetto delle encefaline prevale, ed in meno di un minuto si ottiene la calma del bambino in una recuperata serenità che orienta alla fiducia nei confronti del genitore.

### 3.4.3.

Un mio amico, che per anonimato chiameremo Signor Rossi, aveva una simpatia, ricambiata, per quella che, altrettanto anonimamente, chiameremo la Signorina Bianchi, e, anche se ancora non si era parlato di date, era opinione corrente che i due si sarebbero sposati. Anche se erano abituati a vedersi ogni sabato sera, la Signorina Bianchi non ebbe niente da dire quando una sera il Signor Rossi volle andare ad una cena con colleghi e superiori, per cercare di caldeggiare una sua promozione. Al termine della cena, la segretaria del principale chiese un passaggio al Signor Rossi, che non declinò, contando di poter scambiare qualche parola sulla sua promozione. Assorto nella strategia, il Signor Rossi non vide un semaforo, e tantomeno una macchina che lo urtò: niente di grave, solo un po' di spavento, ma anche un verbale della polizia, e la pubblicità della notizia. Il solito amico che non vede l'ora di rendersi utile, visto che tutti lo tengono in disparte, colse l'occasione per avvisare immediatamente la Signorina Bianchi non solo del *pauroso incidente* avvenuto al suo amato bene, ma anche della dolce compagnia con cui il Signor Rossi si trovava. Accorsa al Pronto Soccorso, e scoperto che il Signor Rossi non era in fin di vita, la Signorina Bianchi non aspettò di ascoltare la versione del suo ex simpatizzante, e con freddezza polare, lo salutò augurandogli di consolarsi con la segretaria del suo principale: chissà dove teneva le mani a quel momento!

Il Signor Rossi si trovò quindi con la promozione saltata, la macchina da riparare, le ossa da aggiustare, e la Signorina Bianchi che gli aveva tolto il saluto. Dopo aver a lungo meditato il suicidio, finalmente riuscì a recuperare la calma e, lucidamente, il Signor Rossi decise che l'equivoco era comprensibile, e che la sua storia con la Signorina Bianchi valeva la fatica di convincerla a cambiare idea: fu così che, pur senza conoscerne la teoria, adottò la tecnica delle interruzioni. Prima di tutto badò ad evitare di dare giudizi negativi sulla Signorina Bianchi: tutte le conoscenze comuni furono poste nella condizione di poter essere testimoni involontari, presso la Signorina Bianchi, che il Signor Rossi comprendeva il suo punto di vista, che aveva la coscienza a posto, e che stava cercando il modo per farle cambiare idea. La prima interruzione fu quindi nel non approfittare dell'assenza della Signorina Bianchi per parlare male alle sue spalle, pur avendone i motivi.

Appena lo ritenne opportuno, il Signor Rossi fece il tentativo più ovvio: chiese alla Signorina Rossi quantomeno il favore di ascoltarlo, ma gli fu rifiutato. Senza perdersi d'animo scrisse una lettera, nella quale dichiarava di comprendere il suo punto di vista, e spiegava come erano andati realmente i fatti. La lettera non ebbe risposta.

Il Signor Rossi dedicò quindi qualche settimana per avvicinare quella che aveva sentito descrivere come una buona e cara amica della Signorina Bianchi, e finalmente riuscì ad invitarla a cena, assicurandosi che la Signorina Bianchi ne fosse messa al corrente. Durante la cena il Signor Rossi spiegò il suo punto di vista, e dimostrò tale franchezza che riuscì a convincere l'amica a perorare la sua causa. Nel frattempo, casualmente, un amico che aveva già sentito la versione del Signor Rossi aveva incontrato la Signorina Bianchi, e creò le premesse perché questa ascoltasse anche il messaggio portato dall'amica: l'indomani il Signor Rossi ricevette una telefonata dalla Signorina Bianchi, si rividero, festeggiarono, ed oggi sono sposi felici, capaci di riconoscersi in questo episodio della loro storia che mi sono permesso di rendere pubblico.

A questo proposito è importante notare che molto spesso, in situazioni analoghe, chi si trova abbandonato preferisce la strategia della richiesta di compassione: piange, si dispera, proclama il suo bisogno di essere amato (o amata, naturalmente). Questo atteggiamento non solo è immaturo, in quanto confonde il coniuge col genitore, ma è anche perdente, soprattutto quando il partner è consapevole che la vita di coppia non è un sogno ad occhi aperti. Purtroppo molte coppie hanno invece alle spalle una storia di compassione reciproca che, come tale, non consente la stima, e vivere con una persona di cui

si ha solo compassione diventa molto presto un inferno.

#### **3.4.4.**

Un altro conoscente, il Signor Verdi, dopo essersi sposato con la Signora Gialli, ne ebbe una figlia prima di scoprire l'incompatibilità reciproca che impediva la prosecuzione del matrimonio. Di fatto si trattava di incompatibilità anche delle rispettive famiglie, e questo si vide appena cominciarono le incomprensioni, con schieramenti tra le opposte fazioni ben più ostili tra loro che non i due ex coniugi. La presenza della figlia costituiva l'elemento problematico, in quanto costringeva a mantenere la comunicazione, per il bene della figlia, tra due gruppi che se avessero rotto ogni contatto sarebbero stati meglio. Ogni gesto dell'ex coniuge diventava motivo di commenti ostili, e dato che la figlia aveva l'obbligo, sancito dal giudice, di trascorrere del tempo anche presso la famiglia del padre, le sue orecchie diventarono presto la pattumiera nella quale le due famiglie scaricavano gli insulti reciproci: nel tentativo assurdo di convincere la bimba che la ragione stesse presso una delle famiglie, le veniva demolita di volta in volta la figura del padre o quella della madre, con accuse cui lei non era in grado di controbattere, facendola sentire meschina perché non difendeva chi amava mentre era terrorizzata di perdere l'affetto da parte di entrambi.

In questa situazione il padre mi chiese di esaminare la figlia, convinto che questa fosse disturbata psicologicamente. Come mia consuetudine, volli invece poter parlare con lui in assenza della bimba, e durante il colloquio non fu difficile far capire al padre che qualsiasi intervento psicologico sulla figlia sarebbe stato solo un fornirle un precedente di malattia mentale, se non fosse cambiata la situazione in cui la bimba era costretta a vivere. In un paio di ore di colloquio il padre capì che se voleva veramente il bene della figlia bisognava darsi da fare in prima persona, e non delegare uno psicoterapeuta ad occuparsi di lei. Capì anche che, in quella condizione, non era possibile nemmeno contare sulla moglie, per cui il tanto proclamato amore nei confronti di sua figlia pesava completamente sulle sue spalle.

Non è facile modificare situazioni del genere: si richiede tempo e costanza. La prima decisione fu quella di trovarsi un appartamento: il Signor Verdi abbandonò la casa paterna per la seconda volta, creando così un luogo idoneo anche per ricevere la figlia, senza bombardarla, almeno da parte sua, con insulti su sua madre. Al trasloco, i genitori del Signor Verdi si sentirono abbandonati dal figlio, e pensarono bene di insinuare, presso la famiglia Gialli, il sospetto che il loro figlio avesse un'altra donna. L'avvocato dei Gialli, spiegando che non era perseguibile un divorziato che si risposasse, disse che era tuttavia importante chiedere subito un aggiornamento degli alimenti, prima che, formando una nuova famiglia, fosse il Signor Verdi a pretendere una riduzione: si intentò la causa senza nemmeno avvertire l'interessato, che ne fu informato dalla convocazione ufficiale. Il Signor Verdi non ebbe che da dimostrare la sua situazione reale: non aveva avuto aumenti di stipendio, ma aveva aumentato le spese per potersi dedicare meglio alla figlia, anche se non per questo chiedeva di ridurre il corrispettivo che passava alla moglie per il mantenimento. Ottenne quindi facilmente che il tribunale gli riconoscesse la ragione, e visto che il Signor Verdi non chiedeva risarcimenti, fu il giudice a deliberare una riduzione negli alimenti.

I tempi erano maturi per giocare l'interruzione: il Signor Verdi, senza dire alcunché alla famiglia Gialli né alla figlia, non tenne conto del decreto del giudice, e continuò a versare la cifra concordata prima dell'azione giudiziaria intentata contro di lui. Il suo comportamento sconcertò la famiglia Gialli, che in un primo momento lo interpretò come riconoscimento del torto: nel giro di breve tempo divenne comunque evidente che chi riconosce di aver torto è sincero, e si resero disponibili ad ascoltare le comunicazioni del Signor Verdi.

I due ex genitori pranzarono assieme, e fu possibile discutere della situazione della figlia in modo



sereno, tanto che oggi la figlia sta benissimo, e la madre ha potuto raccontarmi quanto il Signor Verdi non poteva sapere, chiedendomi un colloquio per essere aiutata a sistemare anche la sua situazione, dopo aver chiesto all'ex marito il mio indirizzo.

In questo caso, la prima parte della strategia è stata condotta con il contrario della guerra: il Signor Verdi, occupato a risolvere i propri problemi, ha realmente cessato di combattere, tanto che per un periodo la famiglia Galli ha creduto di poter vincere. Proprio il momento di apparente debolezza ha creato le premesse per l'interruzione, che ha potuto essere condotta contemporaneamente su due fronti: da una parte il non sfruttare la situazione di vantaggio legale conseguito, chiedendo una riduzione degli alimenti sancita dal tribunale, e dall'altra il non esercitare il diritto comunque acquisito. In altri casi le cose sono andate più per le lunghe, essendo necessario il tempo per far *digerire* l'interruzione alla controparte. È comunque importante sottolineare la validità della strategia per i suoi risvolti sui figli: se i figli fossero stati accettati in psicoterapia, i genitori non avrebbero avuto motivo per cambiare, avrebbero continuato nelle loro pressioni sui figli, costringendo il lavoro psicoterapeutico ad emancipare velocemente i figli dai genitori. In questo modo, invece, quando i genitori accettano di mettersi in discussione, la formazione avviene sulla loro pelle, non solo sensibilizzandoli in modo realistico al problema dei figli, ma anche rendendoli capaci di recuperare educativamente gli eventuali problemi dei figli. Naturalmente, quando i genitori non accettano di mettersi in discussione rimane inevitabile la psicoterapia per i figli, anche se, nella mia esperienza, sono stati pochi i genitori che hanno rifiutato di impegnarsi in prima persona.

### **3.5. Le discussioni.**

Una parte notevole della comunicazione è dedicata alle discussioni, siano esse di sport o di politica, o dopo un tamponamento, senza escludere quelle sulla strategie per affrontare i problemi quotidiani, che tanto avvelenano molte vite di coppia.

È esperienza di tutti coloro che si sono lasciati travolgere in una discussione, che questa ammette tutto, meno che il cambiamento di opinione da parte degli interlocutori. In altre parole, dal punto di vista della comunicazione, la discussione è praticamente inutile e si fa fatica a collocarla addirittura nella definizione di comunicazione, in quanto sembra non ottenere cambiamenti nei comunicanti.

Di fatto, *le idee sono come i figli: più sono deboli, più ci si sente in dovere di difenderle*, e far la fatica di difendere un'idea comporta l'affezionarsi e renderla meno suscettibile di cambiamento. In altri termini, la discussione serve per convincere se stessi, mediante la conferma che nemmeno le urla e gli insulti dell'interlocutore convinceranno ad abbandonarla.

Il paragone tra le idee ed i figli vale anche in merito al numero: chi ha un solo figlio tende a proteggerlo molto più di chi ne ha venti, e se la paternità responsabile invita a limitare il numero dei figli, sarebbe opportuno non controllare il numero delle idee. Per fare questo un primo passo consiste appunto nell'evitare le discussioni, tenendo presente che la coerenza è l'obbligarsi a ripetere un errore che non si vuol riconoscere. Tutto questo può sembrare filosofia da pochi soldi: deriva invece dall'esperienza di lavoro con persone che si definiscono nevrotiche e che mi consultavano come psicoterapeuta. Chi lavora sui problemi personali sa che occorrono molte cautele per spiegare loro i problemi che li affliggono, perché l'ultima cosa che vogliono sapere è dove hanno sbagliato. Nessuno più di chi soffre di un complesso di Edipo non risolto si ostina a negare la validità di Freud, come non esistono teorici dell'impiego della sessualità rigidi di coloro che con la sessualità hanno ancora problemi.

Quando ci si trova invischiati in una discussione, si ha quindi la tendenza a radicare le proprie convinzioni, anche quando si viene coinvolti dall'interlocutore a suon di provocazioni. Per questo gli

psicoterapeuti esperti non forniscono mai spiegazioni o direttive: evitano di urtare la suscettibilità del loro paziente, e di impegolarsi in una discussione che sarebbe pericolosa per loro e controproducente per il paziente. I genitori e gli insegnanti, invece, spesso dimenticano questo criterio, e rischiano di trasformare gli adolescenti in martiri della conflittualità generazionale. Nulla più del divieto dei genitori favorisce il convolare a nozze sbagliate. Ciò non significa che si tratti di approvarle, ma bisogna ricordarsi che quando si arriva a dover proibire, vuol dire che si sono perse molte occasioni di dialogo quando questo era possibile.

Nella mia esperienza, è possibile dare consigli e spiegazioni ai pazienti a condizione di saper utilizzare le regole della comunicazione: ciò significa che è possibile anche entrare nel merito del matrimonio dei figli quando lo si considera a rischio, senza subire la loro decisione e senza finire in una discussione che rafforza le reciproche posizioni. Per farlo occorre prima di tutto essere disponibili ad una verifica serena, senza preconcetti e senza posizioni determinate dall'emotività. In secondo luogo occorre aver studiato bene l'appendice di questo libro, ed averla messa in pratica almeno da qualche mese: solo aumentando la padronanza della comunicazione diventa possibile evitare la discussione.



## 4. Oltre la precisione nella scelta delle parole

### 4.1. Il contenitore della comunicazione

Con qualche eccezione per il sistema dell'interruzione, che sembra aver maggior efficacia comunicativa di tanti discorsi, l'analisi della comunicazione intesa come *quell'insieme di variazioni che inducono il ricevente a ritenere di essere in presenza di un messaggio ed a lasciarsi modificare dalle informazioni che esso comporta* ci ha portato più problemi che non strumenti.

D'altro canto, anche l'interruzione, a ben pensarci, comporta tempi molto lunghi, mentre è opinione corrente che i risultati, nella comunicazione, debbano essere pressoché immediati, e, se non lo sono, si ritiene che si tratti solo di migliorare la precisione nella scelta delle parole.

Ogni processo comunicativo, di fatto, richiede tempo: proprio in quanto la ricezione di un messaggio comporta il cambiamento del ricevente, se si vuole essere capiti è necessario lasciare al tempo il compito di consentire tutte le evoluzioni. Certo: nella comunicazione di tutti i giorni, (*Mi passi il giornale? - Cosa vuoi a cena?*), si tratta di cambiamenti talmente piccoli da risultare insignificanti, ma quando la comunicazione riguarda aspetti più determinanti, come l'educazione o i rapporti affettivi, e anche le decisioni di lavoro, gli intervalli si allungano, ed è esperienza di tutti capire il significato profondo di alcune affermazioni, per esempio dei propri genitori, solo molti anni dopo averle ascoltate.

Vi è tuttavia una componente importante della comunicazione che a rigore non ne fa parte, ma che non può non determinarla: si tratta del *contenitore* della comunicazione, senza il quale la comunicazione diviene impossibile.

Anche se l'attenzione di chi trasmette è concentrata sul farsi capire e quella di chi riceve sul cogliere il significato del messaggio, di fatto non si può comunicare in modo astratto, e le parole, i gesti, i fatti avverranno sempre all'interno di una situazione che non può non esistere, non può essere asettica, non può non influenzare la relazione tra i comunicanti.

Walter CHIARI, compianto comico, descriveva i messaggi trasmessi da un uomo vestito a lutto, scarpe nere, calze nere, camicia nera, che, invece di starsene assorto in meditazione sulle sue disgrazie, passava il tempo a correre per i prati. Le stranezze non finivano qui: probabilmente si era anche dimenticato di infilarsi i pantaloni, pur portando il lutto anche in mutande, perché erano nere anche quelle. Sembrava matto, anche perché era circondato da altre persone, anche loro in mutande, che correvano e in più litigavano e si contendevano un pallone: un pallone solo, anche se sarebbe stato molto meglio darne uno a ciascuno, così la smettevano di rincorrersi.

La gag del *fröbil*<sup>23</sup> durava una decina di minuti, ed era articolata su quello che può interpretare uno che non ha mai visto una partita di calcio: mi torna molto utile per chiarire quel contenitore della comunicazione di cui parlavo prima. Se non si fosse in uno stadio, se non ci fossero calciatori e pubblico, uno che corresse in aperta campagna vestito da arbitro invierebbe messaggi molto difficili da interpretare se non presupponendo uno squilibrio della personalità. Il campo di calcio, ma anche la divisa dell'arbitro, e le aspettative del pubblico e dei giocatori concorrono in modo determinante a precisare il significato dei messaggi, e ciascuno intuisce che è molto diverso essere in uno stadio piuttosto che in un prato qualsiasi a ricevere i messaggi trasmessi dai gesti e dai fischi di un arbitro.

Ancora, per capire meglio la funzione del *contenitore* della comunicazione, un aneddoto che mi ha raccontato Luciano DE CRESCENZO durante le pause del salone Internazionale dell'Umore di

---

<sup>23</sup> Deformazione dialettale lombarda da *foot-ball*: significa, appunto, *partita di calcio*.

Bordighera del 1967, dove lui era premiato ed io espositore di vignette umoristiche.

Sembra che ai tempi in cui Renzo ARBORE e Gianni BUONCOMPAGNI conducevano la trasmissione *L'altra domenica* (1976), per risparmiare tempo e organizzazione registrassero diverse puntate in un solo incontro, per poi tornare ciascuno alle proprie attività. Tra gli interpreti di questo divertente programma, c'era anche Mario MARENCO<sup>24</sup>, il quale, mentre aspettava il proprio turno, si divertiva a girare per gli altri studi televisivi. Scoperse così che a travestirsi da Dracula e a balzar fuori da dietro una telecamera quando Ubaldo LAI registrava le sue puntate del Tenente Sheridan, quest'ultimo si arrabbiava in modo veramente spassoso. Anche la pazienza ha un limite, ed alla quarta interruzione del Tenente Sheridan, Ubaldo Lai scrisse un durissimo esposto contro Mario Marengo ed il gruppo cui apparteneva: Arbore, Buoncompagni, e gli altri. Arbore venne così a sapere per vie traverse che il Direttore Generale, ricevuto l'esposto, era andato su tutte le furie, e che aveva intenzione di convocare l'intero gruppo per una ramanzina solenne con tanto di penale e minacce di sospensione della trasmissione. Non avendo alcuna intenzione di subire una situazione del genere, Arbore decise di non dire a Buoncompagni cosa stava capitando loro addosso, e di cercare di cavarsela sfruttandone il suo buon cuore. Così architettò di spiegare a Buoncompagni che aveva intenzione di fare uno scherzo a Marengo: l'avrebbe fatto convocare dal Direttore Generale per fargli prendere uno spavento con i fiocchi, in modo da farsi quattro risate alle sue spalle. Arbore raccomandò quindi a Buoncompagni di non parlarne ad alcuno, tantomeno a Marengo. Buoncompagni, invece, fece proprio quello che Arbore aveva previsto: mosso a compassione, avvisò Marengo dello scherzo che gli avrebbero fatto. Per questo, quando arrivò la fatidica chiamata, Marengo reagì, ovviamente, come se si trattasse di uno scherzo. Mentre tutti erano a capo chino, a sentire il predicazzo, (solo Buoncompagni credeva di sapere che fosse uno scherzo: tutti gli altri erano convinti di quello che stava succedendo) Marengo ridacchiava, commentava con il suo solito *Uto - Ato*, trasformando ogni frase del Direttore in battuta di spirito, al punto che nemmeno il Direttore fu capace di resistere e tutto si risolse con una risata collettiva, e la raccomandazione, comunque, di lasciare in pace Ubaldo Lai.

Non so quanto di vero ci sia in questo aneddoto, che potrebbe essere stato inventato da De Crescenzo, o da Arbore: ci è utile comunque analizzarlo come se fosse vero. La strategia di Arbore è consistita nel modificare il *contenuto* della comunicazione per Marengo. Mentre per tutti i messaggi severi del Direttore avevano il significato di sgridata, Marengo era convinto che si trattasse di uno scherzo, e li leggeva come scherzo, fino a che non costrinse anche il Direttore a cambiare messaggi.

## **4.2. Il concetto di contesto.**

Per concretizzare lo studio del *contenitore della comunicazione*, lo chiameremo *contesto*<sup>25</sup>, e lo definiremo così: *tutto ciò che, pur non appartenendo alla comunicazione, concorre a darle significato*. In questo momento, il fatto che tu stia leggendo in una posizione comoda fa parte del contesto, e fa parte del contesto il rumore che senti dalla finestra, anche se non vi avevi ancora prestato attenzione. Diverso è il messaggio che riceve chi legge per divertimento, chi legge per un esame, e chi legge in vista di una propria pubblicazione: anche questo fa parte del contesto, pur non avendo niente a che vedere con il messaggio trasmesso.

Se il contesto ha la sua influenza su uno scritto, a maggior ragione determina la comunicazione orale: non a caso chi vuol parlare d'amore evita di farlo nella confusione di un autobus affollato,

---

<sup>24</sup> Attore ne: il colonnello Buttiglione diventa generale(1974), Von Buttiglione strumstuppenfurer (1977), Il pap'occhio (1980), e Vigili e vigilesse (1982)

<sup>25</sup> Per chi ha dimestichezza con la pragmatica della comunicazione, faccio qui riferimento a quello che WATZLAWICK chiama "meta-contenuto". Preferisco sostituire la parola col termine "contesto" sia perché spaventa di meno i "non addetti ai lavori", sia perché ha già un significato molto vicino a quello che si intende per "meta-contenuto"

preferendo una cena a lume di candela o la scomoda intimità di un'auto parcheggiata al buio.

Nel contesto entra tutto: dalla tappezzeria al clima, dai rumori di fondo al mal di testa, dalla telefonata ricevuta un quarto d'ora prima ai pregiudizi inconsapevoli su coloro che assomigliano all'interlocutore. Tutto, ma proprio tutto concorrere a modificare il significato del messaggio ricevuto. Perché questo sia possibile, è necessario che il ricevente ne venga influenzato, sia pure a livello inconsapevole: se due fidanzatini soffrono di raffreddore, possono parlar d'amore anche su un'auto parcheggiata in mezzo ad un campo appena concimato.

Ciò significa che, generalmente, ciascuno dei comunicanti ha un proprio modo per essere sensibile al contesto, con conseguenze quindi diverse sull'andamento della comunicazione. A volte le differenze sono sensibili, e lo si vede bene quando due conoscenti si incontrano per strada ed uno ha premura mentre l'altro no e non sa come passare il tempo: il primo cerca di tagliar corto senza essere scortese, mentre il secondo si attacca ad ogni pretesto per fornire o chiedere informazioni.

Come è impossibile verificare la coincidenza tra ciò che si vuole trasmettere e ciò che viene ricevuto, a maggior ragione è impossibile verificare le differenze tra i contesti dei singoli comunicanti: ciascuno ha, momento per momento, un proprio contesto all'interno del quale leggere i messaggi che riceve, e non è possibile sapere con esattezza come sia caratterizzato. È importante non sottovalutare la soggettività nella sensibilità al contesto, perché a volte compare improvvisamente, modificando radicalmente l'andamento della comunicazione. Per esempio, se Tizio e Caio stanno parlando di affari mentre camminano, e da una macchina si sente la canzone che fino a due giorni fa era quella preferita da Tizio e dalla donna che l'ha appena piantato, presumibilmente Tizio avrà un calo di attenzione e anche di umore, senza che Caio abbia motivi per capirlo.

Tra tutte le variabili del contesto, quella che maggiormente lo determina è la comunicazione precedente: i messaggi ricevuti modificano infatti il contesto, influenzando quindi anche il modo di ricevere i messaggi successivi.

La cosa è molto più normale di quello che sembra, ed un esempio chiarirà.

Quella volta il Signor Rossi aveva premura. Se avesse perso l'autobus avrebbe dovuto aspettare 45 minuti per il successivo, e non avrebbe potuto vedere la partita, unico suo divertimento da quando era rimasto solo. Per questo correva, sotto la pioggia. Anche la Signorina Verdi correva per prendere l'autobus: i suoi genitori la aspettavano a casa, e preferiva stare con loro piuttosto che sotto la pioggia ad aspettare un altro pullman. Peccato che il Signor Rossi venisse da Est, la Signorina Verdi da Ovest, e gli autobus fossero sui marciapiedi opposti: si scontrarono in mezzo alla strada, e per l'urto caddero entrambi, senza farsi troppo male ma sporcandosi i vestiti, mentre i due autobus, indifferenti, partivano in perfetto orario.

Caso A: La Signorina Verdi se la prese subito col Signor Rossi, chiedendogli se il cervello gli servisse solo per tener lontane le orecchie. Il Signor Rossi rispose che aveva visto pinguini e struzzi, ma oche così grosse era la prima volta che gli capitava. La gente accorsa sperando di poter aiutare qualche ferito sanguinante diede eco agli insulti, ed i commenti giungevano alle orecchie dei contendenti come stimoli a non lasciar perdere. Si scambiarono, urlando, i nominativi e, prima che arrivasse un nuovo autobus, avevano già contattato gli avvocati: si rividero dopo qualche mese, in tribunale, per dividersi i concorsi di colpa.

Caso B: Il Signor Rossi, rialzandosi dolorante, pose la mano alla signorina, scusandosi per la sbadataggine e chiedendole se poteva aiutarla. La Signorina Verdi rispose che era colpa sua, solo uno strappo alle calze, ma nel complesso non si era fatta male. Il Signor Rossi la invitò a bere qualcosa di caldo, in un bar: scoprirono che per entrambi, con quel tempaccio, non c'era niente di meglio di un

punch, ed ordinandolo lo dissero assieme, in un coro così accordato che non poterono fare a meno di scoppiare a ridere. La prima risata dopo tanto tempo, per tutti e due: trovarono così il modo di farsi sapere che erano soli, e quindi liberi affettivamente. Decisero che una volta tanto si poteva dare un calcio alla routine: la Signorina Verdi telefonò a casa per avvertire del ritardo, e cenarono assieme in pizzeria. Nello stesso periodo in cui quelli del Caso A arrivavano davanti al giudice, questi facevano le pubblicazioni.

Inizialmente, subito dopo l'urto in mezzo alla strada, i messaggi possibili erano molto pochi: l'estraneità reciproca costringe alla formalità, e si può solo scegliere se chiedere scusa o pretendere un risarcimento. Le possibilità sono comunque molte, e non è detto che entrambi siano del medesimo parere, o solo sui risarcimenti o solo sulle scuse. Di fatto, comunque, la scelta dei messaggi determina anche alcune variazioni sul contesto, rendendo sempre più facili le scelte nella medesima direzione, e sempre più difficili quelle in senso opposto. Davanti alla gente che accorre alle urla è difficilissimo cambiare atteggiamento, e proporre di andare al bar a bere un punch al mandarino, mentre una volta che si è seduti al medesimo tavolino non è impossibile proporre anche una pizza.

### **4.3. *Analisi del contesto.***

È molto importante avere un concetto di contesto per avere un'idea di quali potrebbero essere i motivi per cui un determinato messaggio ha effetti diversi dal previsto, tuttavia siamo ancora troppo sul vago per poter condurre approfondimenti.

Sapere che il messaggio può subire deformazioni per cause che non dipendono dal trasmittente è sicuramente consolante, almeno all'inizio, ma finisce per togliere interesse alla comunicazione: già è costato molto accorgersi che il messaggio viene deciso, nella sua presenza e nel suo significato, dal ricevente, se poi intervengono anche variabili esterne a deformare quel poco di intenzione originale del trasmittente, allora perché darsi da fare cercando una forma sintattica ed una correttezza grammaticale?

26

Di fatto, il contesto è, almeno in parte, controllabile, e la possibilità di agire anche sul contesto, oltre che sul messaggio, costituisce un aumento notevole nella precisione della comunicazione: se non sarà mai possibile garantire che il messaggio consenta di avere un'uguaglianza di significati dal trasmittente al ricevente, tuttavia, mediante gli interventi sul contesto si può ridurre notevolmente la differenza tra quanto viene trasmesso e quanto viene ricevuto. D'altro canto, sta proprio qui, nella consapevolezza della gestione del contesto, che fondo il mio interesse ad arrivare fino in fondo a questo libro: se non fossi convinto di poterti comunicare una buona parte dei significati che conosco, non ti scriverei.

Per poter controllare il contesto è necessario rilevarne la parte che dipende dal trasmittente: non dimentichiamo che il contesto è tutto ciò che, pur non appartenendo alla comunicazione, concorre a darle significato, e, per quanto non dipende dal trasmittente, lapalissianamente non ci sono possibilità di gestione. Se, mentre stai leggendo questo libro, ti chiamano perché c'è da firmare la ricevuta di una raccomandata, io ho poche possibilità di fare in modo che tu non smetta di leggere, per fortuna!

Il primo lavoro per ottenere un controllo sul contesto consiste quindi nell'identificare, nel trasmittente, la sua sensibilità al contesto stesso in funzione del messaggio che intende trasmettere.

---

<sup>26</sup> Nel libro pubblicato, qui è stata inserita una mezza pagina, per migliorare la chiarezza.

### 4.3.1. Gli obiettivi.

Per quanto dipende da ciascuno dei comunicanti, ciò che non appartiene alla comunicazione ma ne determina il significato è, in primo luogo, l'obiettivo comunicativo: cosa si vuole ottenere dalla comunicazione.

Chi comunica vuole sempre ottenere qualcosa dalla propria comunicazione: purtroppo raramente ne è cosciente, e questo gli comporta la perdita del controllo sulla comunicazione. Naturalmente, se chi sta comunicando non si è mai occupato di problemi del genere, è troppo occupato nella scelta delle parole e nella ricerca degli argomenti per accorgersi di quanto succede al proprio obiettivo comunicativo, ma con un po' di attenzione si riesce ad osservarlo almeno sulla pelle degli altri.

Anche se non ne sono consapevoli, molti di quanti sono abituati a discutere per aver ragione e per convincere utilizzano una tecnica che consente di sfruttare la mancanza di obiettivi consapevoli del loro interlocutore.

Ci sono, per esempio, tifosi di calcio, ma anche persone impegnate politicamente o sindacalmente, che, quando si trovano spiazzati su un argomento hanno l'abitudine di interrompere con una domanda che comporta una risposta che dia loro ragione. *Tu dici che il fallo c'era perché l'ha visto anche l'arbitro: ma cosa aveva fatto l'arbitro nella partita del 5.10.52<sup>27</sup>?* Dal punto di vista logico, il fatto che l'arbitro avesse torto quella volta non autorizza a sostenere che tutti gli arbitri hanno sempre torto, ma indebolisce la tesi per cui, nell'ultima partita, il rigore deciso dall'arbitro torna a conferma di ciò che hanno visto alcuni tifosi.

L'interlocutore che non sa cosa vuole dalla discussione rimane intrappolato dalla tecnica, e, fedele al suo obiettivo inconsapevole, di dar torto all'avversario, si perde in dettagli sulla partita del 5.10.52, invece di segnalare l'errore logico, e di rimanere sull'argomento del fallo all'ultima partita: infatti, un errore di un arbitro non dimostra che tutti gli arbitri sbagliano.

Per correttezza di analisi va aggiunto che chi è allenato a cercare di aver ragione e a convincere, non si ferma di fronte ad obiezioni di tipo logico: di solito ribatte sottolineando l'ignoranza dell'interlocutore a proposito della partita del 5.10.52, come se questo fosse segnale inequivocabile a proposito di tutte le partite, e quindi di ignoranza tale da non consentire pareri autorevoli sul calcio in genere. L'unica contromossa lecita, infatti, consiste nel citargli le due partite, quella del 15.3.50 e quella del 14.2.71, in cui la commissione interpellata aveva dato ragione all'arbitro. Tutto questo comporta o una memoria enciclopedica, o l'abitudine a bluffare, e nelle discussioni di calcio o di politica, anche davanti alle telecamere, chi bluffa ha quasi sempre la meglio rispetto a chi pretenderebbe un obiettivo riferimento a fatti che in realtà nessuno sa ricordare.

Un'altra tecnica che consente di sfruttare le conseguenze del contesto se l'interlocutore non ha chiari gli obiettivi è quella di *classificare* il pensiero dell'interlocutore, con frasi del tipo *questo è un pensiero x*, dove, al posto di *x*, si può mettere *fascista, razzista, qualunquista, borghese, conservatore*, eccetera. Di fatto, chi ha bisogno di classificare il pensiero altrui dimostra di essere a corto di argomenti, perché diversamente porterebbe un ragionamento invece che un insulto. Tuttavia, la strategia ha l'effetto di spostare l'obiettivo dell'interlocutore, che si sente tenuto a dimostrare di non essere *x*, invece che proseguire nel raggiungimento del suo scopo.

La consapevolezza degli obiettivi consente di evitare di rimanere intrappolati negli automatismi della comunicazione. Se l'interlocutore dell'esempio della partita di calcio si fosse reso conto che il suo

---

<sup>27</sup> Data di una domenica qualsiasi: l'esempio puramente teorico. Altrettanto insignificanti le date delle due domeniche citate in seguito.

obiettivo non era sostenere che c'era stato un fallo, bensì *dar torto a quell'antipatico di tifoso che è disposto a ricorrere a trucchetti pur di aver sempre ragione*, allora avrebbe utilizzato meglio la comunicazione, scegliendo un altro argomento.

Anche nelle discussioni educative capita spesso di pagare le conseguenze per non aver dedicato attenzione all'obiettivo: se un figlio torna a casa in ritardo rispetto all'accordo con i genitori, qual è l'obiettivo educativo? La maggior parte delle volte i genitori reagiscono più per vendetta o almeno per rancore, che non per formare il proprio figlio alla coerenza con la parola data, ed il figlio ha buon gioco comportandosi come il tifoso dell'esempio precedente: cambia argomento, e attira i genitori in una discussione dove non ha difficoltà ad evidenziare, per esempio, una contraddizione in cui i genitori sono caduti il mese scorso. Dal punto di vista della gestione del contesto, i genitori hanno un obiettivo fragile (il rancore in conflitto con l'amore verso il figlio) mentre il figlio ha un obiettivo solido (la fuga dalla sgridata), anche se entrambi a livello inconsapevole. Per questo vince il figlio, anche se potrebbero vincere i genitori se solo fossero coscienti dei loro obiettivi.

L'obiettivo da raggiungere mediante la comunicazione fa parte del contesto, in quanto non può mai far parte del messaggio.

Chi sostiene di dire quello che vuole, senza mezzi termini, di fatto vuole apparire sincero: il suo vero obiettivo è quindi il giudizio degli altri, e non gli obiettivi che dichiara, ma che di fatto gli interessano molto meno, col risultato di perdere nelle discussioni e di convincersi che *tutti gli altri sono bugiardi: troppo comodo!*, mentre il vero bugiardo è lui, con se stesso, in quanto crede di essere sincero, mentre vuole solo dimostrarlo. Di solito, si vuole essere riconosciuti come sinceri quando si regalano insulti pretendendo che nessuno se ne lamenti. È tipica l'espressione *Io sono fatto così: devo dire quello che penso: Lei è un perfetto cretino!*. Non ho mai trovato qualcuno che dica *non posso andar contro alla mia sincerità innata, e devo proprio dirLe che Lei è una persona meravigliosa!*

Per la cronaca, è utile ricordare come la sincerità sia inutile, proprio per la differenza costitutiva tra il messaggio trasmesso ed il significato ricevuto: voler essere sinceri significa voler essere RICONOSCIUTI sinceri, ma questo non dipende da chi trasmette il messaggio. Per questo voler essere sinceri consegue solo il risultato di poter dar torto a chi non ci capisce, e di non ritenersi obbligati a fare alcuno sforzo per farsi capire. Nella maggior parte dei casi, chi si autodefinisce sincero vuole essere amato senza far la fatica di amare, ponendosi nella posizione egocentrica che gli consente di stabilire sempre che *chi non capisce che sono sincero non mi ama e quindi è cattivo: se allora io gli faccio del male non è per cattiveria ma perché mi difendo*<sup>28</sup>.

Tornando all'obiettivo della comunicazione, questo è parte integrante del contesto, e ne rappresenta la porzione maggiore, perché è la chiave di lettura del contesto da parte di chi trasmette il messaggio: come già accennato, chi vuol parlare d'amore (obiettivo) sceglie un ambiente (contesto) che, secondo lui, è idoneo all'intimità. Anche quando non si può scegliere l'ambiente, l'obiettivo determina il modo di viverlo, soprattutto quando non si è consapevoli di quello che si vuole ottenere: un conto è discutere sull'educazione dei figli a casa propria, e un conto discuterne a casa dei suoceri, anche quando non è chiaro se l'obiettivo della discussione sia trovare una soluzione per il bene dei figli o scaricare aggressività contro la famiglia del coniuge.

È importante ricordare come l'obiettivo sia sempre presente, anche quando non è consapevole: si tratta quindi di prenderne coscienza, gestendolo, e non di inventarne uno.

---

<sup>28</sup> Chi vuole fare un po' di ginnastica mentale, immagini come sono sincero io, che nego il valore della sincerità: proprio in quanto dichiaro un messaggio sincero (e cioè che "La sincerità non ha valore"), dovrei essere sincero, e quindi, stando a quanto ho appena sostenuto, bugiardo. O no?



A questo punto possiamo indicare nell'OBBIETTIVO della comunicazione un primo criterio di gestione del contesto, la prima variabile che consente di tradurre il contesto nel punto di vista dei comunicanti.

Sembra ovvio, ma non è il caso di dimenticarsene, che gli obiettivi, consapevoli ed inconsapevoli, sono tanti quanti i comunicanti, e spesso anche di più, visto che la non consapevolezza ammette la concorrenza di molte motivazioni.

#### **4.3.2. I pregiudizi sull'interlocutore.**

Una seconda variabile che consente di tradurre dal punto di vista dei comunicanti quanto concorre a dar significato ai messaggi, è l'insieme dei pregiudizi sull'interlocutore, anche qui tanto a livello consapevole che, e soprattutto, a livello inconsapevole.

Non si parla mai con una persona astratta. Nemmeno tu che stai leggendo riesci ad interpretare queste parole come se fossero scritte da una persona teorica. Con ogni probabilità, l'idea che ti sei fatta di me è molto differente da quella che deriverebbe se potessimo cenare assieme, ma non puoi non avere un'idea di chi ti sta scrivendo in questo momento. E questo vale anche al reciproco: anch'io ho un'idea di te, vaga se cerco di prenderne coscienza e divento critico, e invece molto concreta e precisa, anche se incostante, quando non la esamino in dettaglio. A volte penso di rivolgermi ad un uomo, altre ad una donna, a volte ad un figlio, altre a un genitore o a un insegnante, comunque sempre ad una persona che mi piacerebbe incontrare, conoscere e stimare<sup>29</sup>. A maggior ragione, quando si parla, non si può prescindere dalle proprie convinzioni in merito all'interlocutore. Di fatto, una persona non può stare nella mente di un altro: per completo che possa essere l'elenco delle doti e delle caratteristiche, è impossibile *sapere* con chi si sta parlando. Per questo, la conoscenza che si ha dell'interlocutore non può che essere un insieme di pregiudizi. In senso etimologico, *pre-giudizio* significa *giudizio anteriore alla verifica*, e dato che non è possibile verificare alcuno dei giudizi che si formulano a proposito di una persona che sta ancora vivendo, e che quindi in costante evoluzione, qualsiasi opinione ci si faccia di una persona sarà sempre un pregiudizio.

Si potrebbe anche dire che si tratta di approssimazioni: data la complessità della personalità, ogni giudizio formulato è inadeguato alla valutazione di un essere umano, come sa bene ciascuno quando si trova definito nei giudizi altrui. Tuttavia preferisco la parola *pregiudizio* in quanto, con la sua valenza negativa, suggerisce automaticamente la prudenza nel far riferimento alle proprie valutazioni sull'interlocutore.

Nella comunicazione, i pregiudizi a proposito dell'interlocutore giocano un ruolo determinante sulla definizione del significato dei messaggi ricevuti. Non a caso si scrivono, nelle pagine di copertina, alcune note biografiche dell'autore, così che il lettore se ne faccia un'idea positiva, ed attribuisca grande importanza alle affermazioni che sono contenute nel libro: per esempio, non si scrive mai quante volte l'autore sia stato rimandato a settembre durante le scuole superiori.

Come al solito, uno degli aspetti della vita che meglio evidenzia i problemi della comunicazione è la storia affettiva. Nella media, quando si corteggia una persona, la si ritiene irraggiungibile, e si attribuisce ai suoi messaggi un valore quasi di verità assoluta. Se questa persona accetta il corteggiamento, la stima si riduce, sia pur di poco, e anche il peso dato alle sue parole, e dalla verità si passa alle opinioni indiscutibili. Qualora si arrivi al matrimonio, la conoscenza comporta ulteriori diminuzioni di credito, ed i messaggi del coniuge diventano pareri personali. Infine, con la routine della

---

<sup>29</sup> Una persona che è arrivata fino a qui a leggere questo mio testo, non può che essere particolarmente intelligente e matura!

vita matrimoniale, purtroppo è molto frequente che si stabilisca una sopportazione reciproca che comporta la quasi indifferenza verso i messaggi ricevuti. Naturalmente, la tua esperienza può essere diversa: ti invito tuttavia a contare quante persone conosci che hanno alle spalle una storia simile!

Come avevamo già osservato, il contesto influenza il messaggio, e viceversa, così che all'interno di un determinato contesto siano possibili solo alcuni messaggi, i quali, a loro volta, condizionano le evoluzioni del contesto. In un matrimonio tra persone immature, che si aspettano dal coniuge un ruolo protettivo senza sentirsi in grado di proteggere, la delusione reciproca determina i contesti per quanto riguarda i pregiudizi reciproci, limitando sempre più le possibilità di recupero degli entusiasmi che hanno preceduto la decisione di sposarsi. Prima di spaventarti per le parole astratte, leggi l'esempio seguente, che dovrebbe riuscire a chiarire.

Se il marito utilizza, come criterio di valutazione per le donne, la propria esperienza con sua madre, e se la moglie utilizza la propria esperienza con suo padre per valutare gli uomini, allora succede che, mentre durante il fidanzamento c'era più spazio per le promesse che per i fatti, il matrimonio diventa la verifica e la misura della distanza tra quanto ci si aspettava dal coniuge e quanto si trova. Dato che sono entrambi ad aspettarsi che l'altro abbia un amore infinito, entrambi sono presto delusi, sostituendo ai pregiudizi iniziali (la persona che amo è molto meglio dei miei genitori) quelli che determinano la routine (sono stato/a ingannato/a).

Fortunatamente è possibile anche l'effetto inverso, per cui mantenere pregiudizi positivi nei confronti della persona con cui si è sposati comporta, proprio per l'influenza reciproca tra messaggio e contesto, l'evoluzione positiva del partner. Per ottenere questo è necessario superare la fase irrealistica dell'innamoramento, e *studiare* il coniuge con lo stesso animo con cui si guarda un oggetto tanto desiderato, che non si pensava di potersi permettere, e che finalmente qualcuno ci regala: si osserva, si prova, si scoprono possibilità impensate.

Lo stupore che ne deriva influenza il contesto, creando possibilità per messaggi nuovi che, col tempo, determinano i cambiamenti nel coniuge che avverano le aspettative, e mentre l'oggetto tanto sognato dopo un mese è obsoleto, il coniuge diventa ogni giorno fonte di meraviglia e di entusiasmo<sup>30</sup>. Analogo procedimento avviene anche in campo educativo: l'insegnante che si aspetta comportamenti deludenti da parte dell'allievo finirà per lasciare all'allievo solo lo spazio per messaggi deludenti, mentre, al contrario, un atteggiamento positivo provocherà evoluzioni all'altezza delle aspettative.

Tutto questo non è fantascienza, come d'altro canto si verifica tutti i giorni per le conseguenze di una comunicazione fondata su pregiudizi negativi: sicuramente, per cambiare direzione, ed ottenere analoghi risultati ma in senso positivo, non è sufficiente deciderlo, ed occorre costruirsi un'esperienza altrettanto lunga quanto quella coltivata in senso negativo. Non pensare quindi che basti sforzarti, da domani, di vedere i lati positivi del tuo coniuge per riuscire a cambiarlo: se la pensi così, tra una settimana non avrai ancora visto niente, ed avrai buoni motivi per convincerti che non funziona. Occorre invece assimilare questo punto di vista, verificando in situazioni diverse da quelle che ti coinvolgono direttamente come sia possibile spiegare in questo modo i risultati che altri ottengono. Quando avrai raggiunto la convinzione che sia possibile lavorare in questo modo, di fatto avrai già cominciato a modificare anche il tuo comportamento: non avrai che da prenderne coscienza e guidarlo con padronanza sempre maggiore. Per impostare tutto questo occorre qualche mese, ed i primi risultati apprezzabili arriveranno entro l'anno: auguri!

Indichiamo quindi nei PREGIUDIZI il secondo criterio di gestione del contesto, la seconda variabile che consente di tradurre il contesto nel punto di vista dei comunicanti.

---

<sup>30</sup> Il Prof. C. SCARPELLINI chiama questo processo "effetto Pigmalione", dal mito omonimo.

### 4.3.3. Il vissuto di sé

Un terzo sintetizzatore degli effetti del contesto sulla comunicazione è il vissuto che ciascuno dei comunicanti ha relativamente a se stesso. Il concetto di *vissuto* è entrato di recente nel vocabolario, importato dalla psicoanalisi: praticamente, significa l'insieme delle emozioni che una persona ha, in un determinato momento, nei confronti di una determinata esperienza. Qui, il vissuto di sé vuol riassumere l'insieme degli atteggiamenti, conseguenze di emozioni, che una persona ha nei propri confronti.

Chi ha provato un forte mal di denti, sa quanto questo rientri nella lettura dei messaggi: il vissuto di sé (*sto male*) rende superficiali ed affrettati, stimolando ad arrivare alla svelta ad una conclusione, quale che sia, pur di potersi dedicare ad attività che allevino il dolore.

Ancora, discutere con una persona che ha bevuto un po' più del normale è un'esperienza che evidenzia l'importanza del vissuto di sé nella lettura dei messaggi: la persona alticcia si considera forte e prestante, ed imposta le discussioni come se avesse già vinto, i suoi progetti come se fossero già realizzati, le sue critiche come se fossero indiscutibili. Se si riprendono i medesimi temi quando la sbronza è passata, si può notare come l'interlocutore, soprattutto un bevitore incallito, abbia un atteggiamento opposto, e parli con gli altri come se dovesse solo difendersi, elabori progetti in cui non crede, ed eviti di manifestare critiche nel timore di perdere quel poco di affetto di cui ancora gode.

L'idea che si ha di se stessi non è costante, ed è rappresentabile come uno zatterone galleggiante su un mare più o meno in tempesta: dato che l'interessato ci vive, lo considera come molto meno mobile di quanto appare a chi lo osserva, ma questo non significa che stia fermo.

È evidente quindi che anche il vissuto costituisce una condizione che influenza il contesto nell'andamento della comunicazione: anche il vissuto di sé è generalmente in consapevole, ma non per questo non determina l'interpretazione dei messaggi ricevuti e la decisione sui messaggi da trasmettere.

Come già notato a proposito dei pregiudizi riguardo all'interlocutore, anche qui si evidenzia l'effetto di cambiamento costitutivo della comunicazione: il vissuto di sé, in quanto componente del contesto, non solo modifica ma viene anche modificato dai messaggi che vengono scambiati.

In una semplice discussione, per esempio di calcio, il risultare convincenti comporta generalmente un aumento nell'autostima, mentre al contrario quando ci si sente dar torto ci si irrita o ci si deprime. Collegando gli effetti della discussione sul vissuto a quanto studiato dalle scuole comportamentistiche a proposito dei premi che determinano il condizionamento, diventa comprensibile come chi non prende coscienza del proprio modo di comunicare finisca per trovarsi in balia della comunicazione altrui. L'effetto è evidente, per esempio, nei gruppi di adolescenti dove chi più assomiglia nei modi di comunicare all'idolo del momento gode di maggior stima: senza che questi giovani se ne accorgano, modificano il loro comportamento ma anche il loro vissuto di sé in funzione delle gratificazioni che ricevono dal loro gruppo, trovandosi sostenitori di ideali di cui potrebbero vergognarsi cinque anni dopo. Tra adulti la dinamica è lievemente più complessa, ma se ricordiamo che l'abbigliamento è una forma di comunicazione, allora diventa comprensibile la sensibilità alla moda. Derivando il suo nome dalla statistica, la moda esprime la caratteristica che raccoglie il maggior numero di adesioni, e chi segue la moda si ritrova in un contesto approvato, a fatti, dalla maggior parte delle persone: questo fornisce un vissuto positivo di sé che, in termini comportamentistici, costituisce il premio condizionante, ed adegua alla moda non solo il comportamento ma anche il modo di pensare, almeno per quanto il vissuto di sé non passa sotto il vaglio della consapevolezza.

È importante notare come i cambiamenti prodotti dalla comunicazione non coincidano quasi mai con quelli desiderati dall'interlocutore: a meno di progettazioni attente e di lavori su lunghe scadenze, il cambiamento dipende dal modo soggettivo con cui il ricevente legge i messaggi, in base al suo contesto

che, come abbiamo visto, ha moltissimi motivi per essere diverso per ciascuno dei comunicanti. In particolare, il vissuto di sé risente, nelle sue evoluzioni, dell'esperienza personale molto di più che non dei messaggi appena ricevuti, ed è alla luce dell'esperienza personale che viene interpretata la comunicazione.

Un bambino che viene sorpreso a rubare ha spesso alle spalle un'esperienza di sgridate e di non accettazione: per questo gli inviti al cambiamento proposti da un adulto che credesse sia sufficiente un discorsetto per recuperarne la socialità vengono letti, da parte del bambino, come la predisposizione di una trappola affettiva che permetta all'adulto di ricevere la confessione completa e di somministrare un castigo definitivo.

Se è vero quindi che la comunicazione opera cambiamenti, al punto da poter sostenere che praticamente tutti i cambiamenti dipendono dalla comunicazione, è altrettanto vero che i cambiamenti avvengono secondo procedure molto complesse, che non possono essere improvvisate e che richiedono una adeguata preparazione.

Il *vissuto di sé* diventa quindi il terzo criterio di gestione del contesto, la terza variabile che consente di tradurre il contesto nel punto di vista dei comunicanti.

#### **4.4. La formula del contesto.**

Siamo partiti nell'analisi del contesto alla ricerca di un modo per migliorare la comunicazione, ed in particolare che riducesse la differenza tra ciò che si vuol comunicare e ciò che viene capito. Abbiamo preso in considerazione il *contenitore* della comunicazione, che abbiamo chiamato *contesto*, ed abbiamo individuato tre aspetti da prendere in considerazione: gli obiettivi, i pregiudizi sull'interlocutore ed il vissuto di sé. I tre aspetti, se considerati come titoli di altrettanti capitoli da analizzare, possono dirsi esaurienti: ricercando ciò che concorre a dar significato ai messaggi, abbiamo isolato quanto ricade nella gestibilità di ciascuno dei comunicanti. Se obiettivi, pregiudizi e vissuto possono essere aspetti inconsapevoli della comunicazione, e lo sono quasi sempre, è comunque intuibile che, prendendo coscienza di questi aspetti, si ottengano notevoli miglioramenti nella comunicazione, come d'altro canto conferma l'esperienza di chi da tempo lavora su questi argomenti.

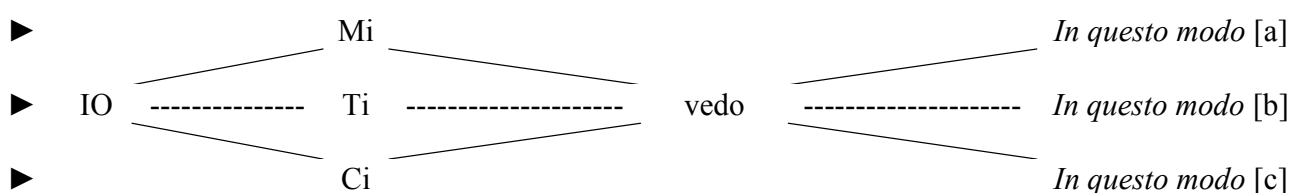
Ciascuno dei comunicanti, quindi, interviene in base a ciò che gli interessa, in base a ciò che pensa a proposito degli interlocutori, ed in base a come si sente. Moltiplicando per ciascuno dei comunicanti i tre aspetti si ottiene un quadro di ciò che determina la comunicazione pur non facendone parte: un quadro che consente non solo di apprezzare aspetti più profondi della comunicazione, ma anche di cogliere gli automatismi che intervengono quando manca la consapevolezza, e addirittura di predire gli esiti di alcune discussioni cui si assiste.

Teoricamente, il discorso fila, ed appare facile: immaginiamo ora di metterlo in pratica, per esempio per studiare una discussione e verificare se siamo proprio capaci di indovinare come finire. Per fare questo potremmo sistemarci dietro ad uno di quei vetri che sembrano specchi e consentono di osservare non visti, e assistere ad una conversazione tra due persone. Potremmo anche pensare, per comodità, di filmare il tutto, in modo da poterlo vedere e rivedere con tutta la calma necessaria: dovremmo comunque compilare quattro colonne per ogni comunicante per ogni volta che apre bocca. La prima colonna riguarda il messaggio, e non presenta altra difficoltà della velocità di scrittura. Le altre tre sono i parametri del contesto: l'obiettivo, i pregiudizi sull'interlocutore ed il vissuto riguardo a sé, e qui cominciano i problemi. Prima di tutto, come abbiamo visto, i tre parametri ammettono componenti consapevoli, che potremmo completare con un'intervista ai comunicanti, ma ammettono anche componenti inconsapevoli, destinate a rimanere al massimo ipotizzate. Un rumore improvviso; un'associazione tra una parola ed un ricordo; una variazione atmosferica; una difficoltà di digestione:

quanto pesa ciascuna di queste variabili sul vissuto di sé, sui pregiudizi sull'interlocutore e sugli obiettivi?

Lo so che sono un bel tipo, che prima ti fa vedere le cose facili e poi te le smonta: visti i problemi della comunicazione, ti avevo fatto sperare che il concetto di contesto potesse costituire una soluzione, ed ora vado a pignolare per negarti questa risposta.

Effettivamente, i problemini come il rumore, l'associazione o la difficoltà di digestione sono piccoli, rispetto al vantaggio conseguito dal concetto di contesto nei confronti del controllo della comunicazione, ma rappresentano uno dei motivi più gravi per cui, da quando WATZLAWICK, nel 1967, ha pubblicato *La pragmatica della comunicazione umana*, sono stati in pochi a mettere in pratica le affascinanti teorie. Watzlawick rappresentava il *metacontenuto* (quello che noi abbiamo chiamato più democraticamente *contesto*) mediante la formula



Dove *In questo modo* varia di volta in volta, e la connotazione [a], [b] e [c] indica un contenuto completamente diverso.

Non è difficile riconoscere nella prima riga il vissuto riguardo a sé (Io mi vedo in questo modo [a]), nella seconda i pregiudizi sull'interlocutore (Io ti vedo in questo modo [b]) e nella terza gli obiettivi (Io ci vedo in questo modo [c]), mentre *in questo modo* rappresenta l'elenco delle variabili: fino ad ora non ho fatto che dare una nuova chiave di lettura per rendere più accessibile qualche concetto (e poi dicono che non sono modesto!).

D'altro canto, nemmeno la soluzione pratica al problema è una novità: viene utilizzata, per esempio, da Eric BERNE quando dà un titolo alle situazioni di gruppo che descrive. Trovo quindi efficace esprimere il contesto mediante frasi che descrivano un atteggiamento, al posto di lunghi elenchi di cause. Praticamente, si tratta di sostituire le cause con l'effetto, anche se tutto questo costa in precisione scientifica.

Torniamo al nostro problema, di registrare una conversazione in modo da cercare di predire come finirà. Mentre le due persone in osservazione parlano, io posso scegliere se notare tutte le variabili presenti, così da poter riflettere poi su come potrebbero combinarsi nella formulazione del contesto per ciascuno dei comunicanti, oppure se cercare una frase che esprima ciascuno degli aspetti in modo sintetico ed emotivo. La seconda strada è sicuramente di tipo intuitivo e arbitrario, ma dato che la prima è solo teorica, anche la sua scelta è improponibile, e bisogna far di necessità virtù. In altri termini, se vogliamo prendere coscienza dei fenomeni comunicativi, ed in particolare del contesto, non possiamo permetterci analisi lunghe e complesse, che porterebbero comunque ad imprecisioni, e dobbiamo accontentarci di un metodo molto rapido ed intuitivo, anche se poco preciso. So che a questo punto qualche professorone si scandalizzerà: *l'obiettività innanzi tutto, quando si fa ricerca!*. Rispondo prima di tutto che non sarà mai possibile trovare un metodo obiettivo per analizzare la comunicazione, ed in secondo luogo proporre metodi troppo complicati significa scoraggiare la maggior parte della gente dal metterli in pratica. Invece, ricorrendo a questa tecnica semplice, ciascuno potrà fare esperienza, e, dato che a nessuno piace sbagliare, tutti potranno migliorare col tempo, imparando a correggere il proprio intuito quando l'eccessiva parzialità gli tornasse a danno.

Per questo il modo con cui esprimeremo i vari contesti che incontreremo, avrà questo aspetto:

<b>Rappresentazione</b>	<b>Contesto</b>		<b>Metacontenuto</b>			
IO (mi sento una persona a posto)	= vissuto	/	Mi	\	/	Così [a]
TU (mi sembri aggressivo)	= pregiudizi	IO -	Ti	-	vedo -	Così [b]
TI (parlo per difendere i miei interessi)	= contesto	\	Ci	/	\	Così [c]

dove, naturalmente, le frasette tra parentesi sono solo un esempio per mostrare la forma dei tre capitoli, rispettivamente il vissuto, i pregiudizi e gli obiettivi, espressi nella forma intuitiva invece che analizzando come ciascuno dei comunicanti veda se stesso, l'interlocutore e le prospettive della loro relazione. La registrazione dei dialoghi avverrà quindi in questo modo, molto semplice nella sua imprecisione. Provare per credere: la prossima volta che ti capita di assistere ad una conversazione, cerca di fissare le tre frasette per ciascuno dei partecipanti. Probabilmente dovrai assistere a diversi interventi, prima di riuscire a trovare la frasetta che ti soddisfa, ma non è un lavoro impossibile, e già l'aver fissato, anche una sola volta per tutta la discussione, questi tre punti, ti consentirà di assistere con una presenza molto più comprensiva riguardo ai punti di vista di ciascuno dei partecipanti. Ti rimando comunque all'Appendice per qualche suggerimento pratico in proposito.

Formulare in questo modo il contesto è, come già notato, poco scientifico e molto arbitrario: per questo non utilizzeremo il contesto per dimostrare teoremi. Quando si lavora sulla comunicazione si è abituati alla componente arbitraria, in quanto tutto lo studio sulla comunicazione non può essere obiettivo.

Per questo la scelta non riguarda più i criteri di scientificità, ma quelli di efficienza, come abbiamo già visto quando abbiamo scelto la comunicazione pedagogica. Se l'impiego delle formule per esprimere il contesto è orientato all'efficienza, allora il miglior criterio di scelta nell'esprimerle è quello più soggettivo possibile. Per trovare le frasi che esprimano il contesto, io cerco di mettermi dal punto di vista della persona che sto osservando, e cerco di descrivere in quale condizione dovrei trovarmi io per dire quelle cose. Dato che l'obiettivo finale è concreto, e riguarda la comprensione della comunicazione, allora consente una verifica, che consiste nella possibilità di prevedere alcuni passaggi successivi: se la mia interpretazione del contesto mi consente di conoscere in anticipo alcune mosse della persona che sto osservando, allora ho buone probabilità di aver azzeccato. I comportamenti da prevedere riguardano generalmente gli atteggiamenti: non mi chiedo di saper predire con esattezza le parole che verranno utilizzate, ma pretendo di individuare l'orientamento della conversazione, proprio per il legame tra contenuto e contesto, che si influenzano a vicenda.

La formula del contesto che utilizzeremo rimane quindi la seguente:

- Vissuto di sé
- Pregiudizi sull'interlocutore
- Obiettivi

dove ciascuna delle righe viene espressa in modo empatico.

Chi desidera affinare le proprie capacità nella lettura del contesto altrui ha quindi davanti una strada pratica già percorsa: semplicemente, non si aspetti di essere abile fin da domani, avendo capito quello che ha letto. Ci vuole esperienza e dialogo con se stessi, correggendo se stessi con lo stesso amore con cui si interviene educativamente sui figli o sui clienti: un rispetto profondo accompagnato dalla fiducia nel successo.

## 5. Un po' di esempi sul contesto.

### 5.1. Esempi storici.

Il concetto di contesto, inteso come *tutto ciò che, pur non appartenendo alla comunicazione, concorre a darle significato* consente di leggere con maggior facilità molti fenomeni della comunicazione, e di allargare le possibilità di gestione nella comunicazione di massa. Come abbiamo visto, infatti, il messaggio modifica e viene modificato dal contesto: in altri termini, non è possibile inviare un messaggio qualsiasi in un momento qualsiasi ad una persona qualsiasi, ed aspettarsi che questo venga capito per quello che si vuol far sapere.

Se questo è importante per la comunicazione in piccoli gruppi, diventa fondamentale quando si prendono in considerazione i fenomeni sociali. Praticamente è possibile sostenere che i cambiamenti culturali avvengono secondo i ritmi delle influenze reciproche tra messaggi e contesti.

Non è questa la sede per analisi storiche approfondite, tuttavia è interessante analizzare, a titolo di esempi, fenomeni come la diffusione del cristianesimo, del marxismo, del femminismo, in questa luce.

Con buone probabilità, se una marca di detersivi, invece di offrirti in omaggio un orologio o un pupazzo di peluche dovesse darti un buono per ritirare uno schiavo, eviteresti di comprare quel detersivo, e se fosse l'unico sul mercato, faresti in modo di non ritirare il premio. Oggi tutti sono convintiche il possesso di uno schiavo sia sconveniente, disgustoso, o almeno scomodo, perché bisognerebbe anche mantenerlo ed imparare a farsi rispettare ed ubbidire: se duemila anni fa chi professava queste convinzioni veniva condannato anche alla pena capitale, il motivo stava proprio nel contesto. Duemila anni fa non esisteva un contesto all'interno del quale si potesse pronunciare un messaggio di abolizione della schiavitù senza essere scambiati per nemici della Patria. La persecuzione dei primi cristiani era la conseguenza dell'incomprensibilità del loro messaggio, in quanto mancava un contesto che consentisse la comunicazione tra cristiani e pagani. Oggi questo contesto esiste, ed i non cristiani aderiscono a quasi tutti i valori proposti dai cristiani senza sentirsi offesi o in dovere di perseguirli<sup>31</sup>.

Lo stesso vale per il marxismo: tu che leggi, proprio perché sai leggere e puoi permetterti di acquistare un libro, non appartieni certo alla classe proletaria<sup>32</sup>, anche se non per questo ti senti in diritto di sfruttarla. La cosa non era così banale nei secoli scorsi, quando il destino di una persona era praticamente definito al momento della nascita, e chi nasceva nobile aveva l'autorizzazione allo sfruttamento incondizionato del proletariato. Nel caso del marxismo i tempi necessari per costruire un contesto che consentisse a tutti di comunicare su questi temi sono stati più brevi in quanto parte del contesto era già stata costruita dal cristianesimo, dalla Rivoluzione Francese, e da molti altri intellettuali.

Infine, la condizione femminile: solo nel 1918 quelle che allora venivano chiamate le *suffragette* ottennero il diritto a votare in Inghilterra. Negli Stati Uniti il traguardo fu raggiunto nel 1920, mentre le donne italiane poterono votare solo nel 1945. Oggi, a cose fatte, anche gli uomini si opporrebbero se qualcuno volesse togliere il voto alle donne: il contesto del dialogo tra i sessi si è formato, anche se è ancora incompleto e destinato ad ampliarsi, e sembra naturale tutto ciò che è stato conquistato con tanta fatica.

---

<sup>31</sup> Testo del 1995, quando l'Islamismo non era ancora arrivato alla ribalta nei suoi aspetti di intransigenza.

<sup>32</sup> Intendo qui la classe proletaria nei termini definiti da C. MARX: dove cioè l'unica ricchezza è costituita dalla prole.

Adesso però ti invito a prendere coscienza delle tue reazioni: con buone probabilità, infatti, le ultime discussioni sul cristianesimo, sul marxismo e sulla condizione femminile ti hanno lasciato qualche perplessità, e se questo non fosse il tuo caso, allora prova a parlare di questi argomenti, nel modo con cui te li ho esposti, in qualche gruppo, e potrai notare le perplessità di chi ti ascolta.

Questo perché siamo abituati ad una lettura molto differente della storia, dove le evoluzioni vengono spiegate come lotte contro interessi che oppongono resistenza per conservare il loro potere: cristianesimo, marxismo e femminismo vengono proposti come movimenti che si sono opposti alla conservazione del potere, rispettivamente, degli imperatori romani, del capitale e dei maschi. In altri termini, manca un contesto per poter proporre un messaggio nuovo senza che questo crei diffidenze. Ci torna utile, quindi, lo schema proposto in precedenza come formula pratica per l'analisi del contesto:

- Vissuto di sé
- Pregiudizi sull'interlocutore
- Obiettivi

Se il cambiamento proposto dal messaggio non resta negli ambiti consentiti dal contesto, allora si realizzano i seguenti effetti:

a. la minaccia al vissuto di sé

a-b. il dubbio sugli obiettivi della comunicazione.

a-c. la formazione di nuovi pregiudizi sull'interlocutore.

Ogni proposta di cambiamento eccessivo, come abbiamo già visto a proposito delle bugie, comporta una reazione ostile proprio in quanto minaccia l'integrità del vissuto di sé. Quando si ascolta una novità sconvolgente si tende a rifiutarla in quanto mette in crisi l'esperienza: era per esempio quanto avveniva ai pazienti di Freud che si trovavano a dover riconoscere di aver avuto desideri incestuosi. I meccanismi di difesa insorgevano per difendere l'equilibrio personale, fondato su un'idea di sé molto più serio e per bene di quanto l'analista sembrava voler insinuare. Il messaggio troppo nuovo induce il sospetto di aver sbagliato tutto, e questo non è accettabile, perché comporterebbe l'impossibilità di fidarsi della propria esperienza. Per questo si passa subito al dubbio sugli obiettivi della comunicazione: *se un messaggio mi sconvolge, perché continuo a comunicare?* Di solito, il dubbio si orienta immediatamente sugli obiettivi dell'interlocutore: *dove vuole arrivare?*, che nasconde un meno consapevole ma non per questo meno pericoloso per la comunicazione *cosa mi vuol portar via?*. Nella maggior parte dei casi, dato che il processo non avviene sotto il controllo critico della consapevolezza, il tutto si concretizza in un nuovo pregiudizio sull'interlocutore, che la maggior parte delle volte viene classificato come *bugiardo*.

Si migliora così la comprensione del concetto di bugia, e se, quando l'avevi letta nel terzo capitolo, ti era sembrata una tesi un po' azzardata, puoi constatare ora, che si è costruito un contesto più favorevole, come diventi più facile anche per te accettare questa lettura.

Ti confesso che, benché siano quasi vent'anni che mi dedico all'approfondimento di questi concetti, mi capita ancora spesso di impostare la comunicazione come se non conoscessi questi concetti, anche se mi accade sempre più raramente: non pretendere quindi di cambiare subito il tuo modo di comunicare, e, soprattutto, non arrenderti se noti la difficoltà a cambiare, dato che nella comunicazione i tempi sono sempre lunghi, anche con se stessi.



## 5.2. Esempi sociali.

Ormai è un rito: ad ogni fatto sociale nuovo, i personaggi più importanti vengono intervistati e dicono pubblicamente il loro parere. Che si tratti di una vittoria sportiva o di un terremoto, di una scoperta medica o di una sciagura sulle strade, si intervistano decine di personaggi anche tra quelli che non sono direttamente esperti nel problema in esame. Contrariamente a quanto si potrebbe credere, non sono i personaggi a chiamare i giornalisti, ma i giornalisti a cercare i personaggi, i quali giornalisti, a loro volta, lo fanno per vendere più copie della loro testata: in pratica, la gente che vuol conoscere il parere dei personaggi, e non sono i personaggi che vogliono far sapere il loro parere, almeno nella maggior parte dei casi. Questo comportamento umano ricorda molto quello osservato da K. LORENZ a proposito delle taccole. Questi uccelli, simili ai corvi, vivono in stormo, e possiedono due *parole* che consentono di comunicare tra loro: *chia* e *chIU*. Di fatto, non si tratta di comunicazioni intenzionali: sono solo espressioni di uno stato d'animo, e potrebbero essere tradotte, rispettivamente, in *come sto bene fuori casa* e *come sto bene a casa mia*. Quando uno stormo di taccole vola in cerchio sopra le case, verso il tramonto, ciascuna taccola esprime il suo stato d'animo, *chia* se ha voglia di svolazzare, *chIU* se comincia a sentire la stanchezza ed il desiderio del nido. Fino a che prevale il *chia*, tutto lo stormo continua a volare, mentre quando si impone il *chIU* allora tutte tornano al nido<sup>33</sup>.

Non sappiamo quali siano gli eventi sociali che determinano lo star fuori casa o lo stare in casa delle taccole, ma anche loro ascoltano il parere degli altri che in pratica costituisce una rilevazione del contesto. Non è infatti il singolo messaggio a determinare il comportamento, ma qualcosa di più dell'insieme: appunto qualcosa che dà significato al messaggio.

Vediamo cosa succede nella società, per esempio quando avviene il crollo di uno stabile.

Quando la notizia viene appresa, il contesto di chi ascolta può essere tradotto in questo modo:

### 5.2.1. Il dramma

- Vissuto di sé: *se è crollata quella casa senza che nessuno abbia potuto accorgersene in tempo, potrebbe anche crollare la mia*
- Pregiudizi sull'interlocutore (= la realtà esterna che ha inviato il messaggio): *a chi capita capita: potrebbe capitare anche a me*
- Obiettivi: recuperare la fiducia necessaria per vivere

Formula del contesto:

- IO temo per la mia casa
- TU non mi dai garanzie
- CERCO fiducia

Per questo le interviste, in questa fase, vengono rivolte a chi tranquillizza e a chi esorta alla solidarietà (aiutare chi ha bisogno diventa il diritto ad essere aiutati se si ha bisogno). In questo modo si orienta il contesto verso questa formula:

### 5.2.2. L'ESORCISMO

- Vissuto di sé: *se aiuto acquisto il diritto ad essere aiutato*
- Pregiudizi sull'interlocutore (= chi tranquillizza): *se la realtà ci tradisce, l'autorità ci aiuta*
- Obiettivi: garantirsi qualche speranza

---

<sup>33</sup> K. Lorenz, L'anello di re Salomone, Adelphi, Milano, 1967, pp 80-81

Formula del contesto:

- IO sono buono
- TU coordini
- COLLABORO per avere speranza

Questo secondo contesto consente di recuperare le forze e l'ottimismo: il messaggio fornito dalla realtà, mediante il crollo, viene corretto dalla bontà delle persone, e, di fatto, nel giro di pochi giorni la stampa riferisce la riduzione dello stato di allarme. Tutto questo predispone ad una ulteriore evoluzione del contesto:

### **5.2.3. LA RABBIA**

- Vissuto di sé: *la mia solidarietà non basta*
- Pregiudizi sull'interlocutore (= chi aveva tranquillizzato): *cosa ha fatto chi poteva fare prima?*
- Obiettivi: garantirsi la sicurezza

Formula del contesto:

- IO non sono sufficiente
- TU avevi sbagliato
- PRETENDO di essere garantito

Una volta cessato l'allarme, ciascuno reclama che il proprio diritto alla sicurezza, conquistato mediante la solidarietà, sia garantito: per questo divengono proibiti i messaggi di tranquillizzazione, ed obbligatori quelli della vendetta. Ricercare i colpevoli, punire i responsabili, istituire commissioni ed inchieste: queste le frasi più frequenti sulla stampa ed in bocca agli intervistati. Come per le taccole, è necessario ripetere i messaggi fino a che la maggioranza li richiede. Poi cala l'oblio, e la cronaca ci insegna che possono passare anche vent'anni prima che gli aiuti promessi arrivino realmente, dato che le parole non sono state pronunciate per scelta responsabile, ma all'interno di contesti che consentivano solo quelle parole.

Che si tratti di un terremoto, di un incidente stradale o di una catastrofe ambientale, le evoluzioni del contesto sono sempre molto simili all'esempio precedente, anche se chi sta attento solo alle parole crede che ogni volta si tratti di una situazione diversa.

## **5.3. Un altro fenomeno di massa: la pubblicità**

Uno dei temi più angoscianti di chi ha bisogno di farsi pubblicità è costituito dalla ricerca del messaggio più adeguato: di fatto l'esperienza, ma anche l'osservazione, insegnano che molti prodotti hanno successo nonostante messaggi poco gradevoli, e, al contrario, messaggi molto piacevoli non riescono a convincere all'acquisto: la prossima volta che vai a fare la spesa, osserva quanti prodotti pubblicizzati hai acquistato, e cerca di far mente locale ai messaggi impiegati per divulgarli. Ti accorgerai che se è vero che si comprano più prodotti pubblicizzati che non prodotti sconosciuti, è anche vero che non si comprano per il messaggio: anzi, a volte si acquistano *non ostante* la pubblicità. Ancora una volta, la variabile dimenticata nell'analisi è il contesto.

Succede di aver bisogno di un detersivo: il negozio abituale è chiuso, e ci si rivolge ad un supermercato. Solo se qui non si trova il detersivo abituale, allora interviene l'effetto della pubblicità, che non è costituito semplicemente dagli spot televisivi, ma anche dal rapporto tra costo e necessità del momento, dalla collocazione sullo scaffale, eccetera: tutti aspetti che fanno parte del contesto nella relazione che si definisce tra acquirente e prodotto al momento dell'acquisto. *Ci sarebbe anche quel detersivo, che potrei provare, visto che me ne hanno parlato bene... Offrono anche un omaggio... ah! il*

*solito orologino, che ci vuol mezz'ora per indovinare come si mette a posto, e poi non funziona... lo potrei regalare a Carletto... gli ho già regalato quello della marmellata... beh, prendo quest'altro che costa anche meno, in confezione più piccola, così se non va non rischio!* Il contesto, nel caso ora descritto, si può definire quindi così:

### **5.3.1. Il tentativo**

- Vissuto di sé: *metto alla prova un prodotto nuovo*
- Pregiudizi sull'interlocutore (= il detersivo): *probabilmente mi deluderà, ma ne prendo poco*
- Obiettivi: sopperire alla mancanza di detersivo

Formula del contesto:

- IO uso la testa e verifico la validità dei prodotti
- TU non sarai all'altezza, ma me ne accorgerò
- TI PROVO perché non posso andare sul sicuro

Le probabilità che con queste premesse si torni ad acquistare lo stesso prodotto sono scarsissime: nella maggior parte dei casi ci si dimenticherà di effettuare le verifiche, per altro impossibili senza disporre di un laboratorio, e l'abitudine prevarrà, inducendo a tornare al prodotto vecchio.

Se però intervengono variabili particolari, allora è possibile che succeda il cosiddetto *miracolo*, e che si riprenda il detersivo nuovo. Tra le variabili, rarissima è quella di un successo nel lavaggio: una macchia impossibile, che mi aveva preoccupato, e che il vecchio detersivo mi aveva insegnato a considerare invincibile, che si dissolve sotto l'azione del nuovo prodotto. Questo avviene solo negli spot pubblicitari e mia zia sostiene che le è successo una volta, molto tempo fa. Meno fantascientifico ma più determinante è trovarsi bene in quel supermercato, che ha prezzi più bassi, ma non vende il mio vecchio detersivo: in tal caso, se la prova effettuata non è stata decisamente deludente, ci sono tre probabilità su quattro che l'acquisto si ripeta, e la quarta è che si ripeta il comportamento di rischio, passando ad ulteriore nuovo detersivo. Nei tre casi di secondo acquisto, il contesto può essere definito in questo modo

### **5.3.2. La scelta**

- Vissuto di sé: *Sono bravo a curare i miei interessi, ed ho cambiato fornitore appena mi sono accorto della convenienza*
- Pregiudizi sull'interlocutore (= il detersivo): *Anche nella scelta del detersivo scelgo quello che mi conviene*
- Obiettivi: migliorare l'idea di sé

Formula del contesto:

- IO curo i miei interessi
- TU sei conveniente
- TI ACQUISTO perché sono un utente oculato

Al terzo acquisto, generalmente, si consolida l'abitudine: non ci si ricorda più che *una volta* si utilizzava un'altra marca, e l'abitudine costituisce il contesto più determinante per la scelta: tutto ciò che si fa per abitudine dà sicurezza e consente di risparmiare energie, per cui è molto difficile perdere le abitudini.

Naturalmente, le cose non vanno sempre così, comunque rarissimo è che l'acquisto venga determinato dal messaggio (lo *slogan*) pubblicitario, che consuma tanti cervelli creativi.

Il messaggio pubblicitario, la sua costruzione, la scelta del *testimonial* (la grande attrice per il prosciutto cotto, il tenore per il caffè, eccetera), servono all'agenzia pubblicitaria per convincere il committente. Come si vede bene confrontando la pubblicità sulle emittenti locali con quella dei network nazionali, è chi paga la pubblicità che deve essere convinto dal messaggio, non il pubblico.

Le agenzie pubblicitarie che si occupano di emittenti locali sono piccole, e non hanno la forza di imporsi al loro committente: per questo la pubblicità che realizzano diventa un cantico sul negozio da reclamizzare, esibendo l'arredo delle vetrine e la varietà della merce esposta, mentre una voce fuori campo legge l'elenco degli sconti, proprio come si leggerebbe sui cartelli in vetrina.

Sui network nazionali invece è l'agenzia che si impone al committente, ma non per questo cambia obiettivo: semplicemente, si tratta di trovare idee che siano convincenti nei confronti di chi paga, indipendentemente dal parere di chi potrebbe acquistare.

Come accennato all'inizio di questo capitolo, la lettura in chiave di contesto aiuta a capire come mai la pubblicità funzioni, anche se non nella direzione voluta da chi ne studia i messaggi.

Gli effetti della pubblicità sono fondamentalmente di due generi: la dimostrazione della presenza sul mercato e la sensibilizzazione al tipo di prodotto.

La componente informativa, che sia svolta mediante pura e semplice notizia o creando immagini di prestigio, crea un mercato attorno al prodotto, e non alla marca. La pubblicità del supermercato locale invita a servirsi dei supermercati, quella ad una determinata bevanda stimola a dissetarsi con altro dall'acqua, eccetera. L'effetto diviene evidente proprio alla luce del contesto: poiché si crea lo spazio di mercato per un prodotto, lo stesso spazio serve poi per tutti i concorrenti, che si tratti di birra, di moda, o di tecnica.

A chi paga la pubblicità torna quindi un solo vantaggio, e sulle lunghe scadenze: quello di confermare la presenza sul mercato. Se per un periodo significativo dovesse scomparire la pubblicità per un determinato prodotto, si formerebbe, grazie al contesto, una diffidenza nei confronti di quella marca, e senza accorgersene, si passerebbe alla concorrenza. Il periodo significativo può essere qualche mese per un detersivo, o più di un anno per prodotti dolciari: se una ditta in difficoltà dovesse tagliare le spese in pubblicitarie decreterebbe la sua fine, mentre se il messaggio dovesse diventare peggiore, per non pagare i creativi o gli attori, la gente non se ne accorgerebbe.

L'analisi appena condotta è comunque molto superficiale: ci basta come esempio per indicare come, utilizzando la lettura del contesto, si scorgano orizzonti e parametri nuovi, per una gestione molto più consapevole della comunicazione. In sedi più specializzate si potrà approfondire gli effetti della propaganda politica rispetto a quelli della moda o della vendita delle automobili: qui ci accontentiamo di un assaggio, giusto per far venir la voglia.



## 6. Abusi del contesto.

### 6.1. **Quando la comunicazione si guasta.**

Quando ci sono disturbi nello scambio di messaggi, è molto meglio che la comunicazione si interrompa, consentendo così, a chi è interessato, di prendere coscienza dell'errore intercorso, e di porvi rimedio.

Purtroppo, invece, può succedere che intervengano disturbi non sufficienti per interrompere la comunicazione, ma determinanti per indurre la comunicazione su circoli viziosi dai quali è difficile uscire. Per chiarire ripropongo un esempio già citato da WATZLAWICK a proposito della pragmatica della comunicazione.

Una domenica di noia, tanto per ammazzare il tempo, il signor Rossi ebbe la pessima idea di proporre alla signora Bianchi, sua moglie, il gioco apparentemente innocuo di dire esattamente il contrario di ciò che si ha intenzione di far capire: per esempio, *che brutta sera!* vuol dire, in questo gioco, *che bella mattina!*. Un gioco di abilità mentale, dove l'arte sta nel trovare contrari comprensibili o nel cavarsela quando i contrari non sono così diametralmente opposti: avrebbe potuto essere un passatempo piacevole. E fu piacevole, tanto che proseguirono tutta la giornata, augurandosi un'*odiosa insonnia* al posto della consueta buona notte. Anche al mattino del lunedì, il signor Rossi chiese alla moglie se *le facesse schifo un caffè bianco e freddo per continuare a dormire*, intendendo domandarle se desiderasse un caffè nero e bollente per svegliarsi. La moglie, ancora assonnata, rispose *no, e non ti ringrazio*, ed il gioco continuò. La settimana trascorse in allegria, con qualche equivoco spassoso, per esempio quando la signora Bianchi urlò *frena!* al signor Rossi che l'accompagnava in macchina in centro, al momento in cui il semaforo diventava verde. Ci fu anche un tamponamento, ed allo scambio dei documenti, il malcapitato che seguiva la macchina dei signori Rossi non riusciva proprio a capire le sghignazzate che si scambiavano di tanto in tanto i due complici di quel gioco tremendo. Quanto il gioco fosse terribile divenne chiaro verso il lunedì successivo, quando il signor Rossi, che si era un po' stancato, si pose il problema di proporre alla moglie di smettere. *Quanto mi piace, questo gioco* - disse con aria annoiata - *che ne dici di continuare?*. La moglie rispose: *mi spiace, non sono d'accordo, continuiamo*. Il signor Rossi tirò un sospiro di sollievo, e disse: *Allora, basta!*, ma la moglie lo riprese *Io non avevo capito che volessi interrompere*, intendendo dire il contrario, e credendo che il marito, dicendo *basta* intendesse continuare. Il signor Rossi, invece, pensò che la moglie avesse sospeso l'uso del contrario, e credette che si trattasse di continuare. E sono ancora lì, oggi, a discutere, a volte parlando al contrario e a volte parlando diritto, e non sapendo mai se capire al contrario o al diritto, a cercare di mettersi d'accordo sullo smettere quel diabolico gioco.

Il disturbo della comunicazione, che rende incomprensibili i messaggi, in questo caso è artificiale e richiede notevole ottusità per non capire quando è ora di smettere. Ci sono invece altre condizioni, più naturali, in cui la comunicazione diventa un circolo vizioso dal quale non si riesce ad uscire.

### 6.2. **La malattia nella comunicazione.**

Questa volta cominciamo con l'esempio del signor Gialli, e lo immaginiamo sposato con la signora Verdi, e con un figlio, Giallino. La famiglia non gode di particolare prosperità economica: il signor Gialli non guadagna molto, e la signora Verdi, con rinunce e sacrifici, cerca di far tornare i conti, e soprattutto di non lasciar mancare nulla a Giallino. Col tempo, il signor Gialli perde attaccamento alla famiglia: si accorge di non essere stimato, ma non ha voglia di fare i sacrifici che fa la moglie, e si

accorge che se in casa usa un po' la forza, urlando e menando le mani, ottiene almeno il rispetto. La madre, per evitare di spaventare il piccolo, gli spiega che il papà ha tanto da lavorare, e arriva a casa molto stanco. Giallino cresce, il signor Gialli è sempre più intrattabile, ed in casa resta sempre meno, mentre la signora Verdi si fa in quattro per evitare che il figlio possa risentire di questa situazione. Quando Giallino a sette anni, il suo contesto nei confronti della famiglia può essere espresso in questi termini:

- IO sono un bravo bambino
- TU (Mamma) mi dimostri che mi ami
- TU (Papà) ti sacrifichi per me
- VI PARLO perché sono contento di essere vostro figlio.

Le soddisfazioni, soprattutto a mamma Verdi, non mancano, e quindi si va avanti così. Alle medie, cominciano le prime difficoltà scolastiche: c'è da studiare, ma è più interessante divertirsi con i compagni, c'è anche più libertà, dato che la signora Verdi, approfittando del fatto che il figlio ormai sa arrangiarsi da solo, ha trovato qualche lavoretto in più, per mettere da parte qualche soldino. Il contesto di Giallino diventa

- IO sono un ragazzo che non ha voglia di studiare
- VOI vi sacrificate per me
- STO CON VOI che pensate al mio domani.

Terminate le medie, o si va alle superiori, o si va a lavorare: Giallino preferisce le superiori, ma l'impegno scolastico aumenta di colpo, e teme di non farcela. La signora Verdi decide di fare altri sacrifici per pagare qualche lezione privata, mentre il signor Gialli è sempre più in disparte rispetto alla famiglia: più è violento, meno viene considerato, e meno viene considerato più diventa violento, anche se Giallino continua ad essere convinto che, se fa così è perché lavora molto e si stanca tanto. Al primo anno delle scuole superiori, Giallino viene bocciato, ed il suo contesto si evolve:

- IO sono un incapace
- VOI vi sacrificate per me
- HO BISOGNO DI VOI.

Dopo qualche altro fallimento, la madre decide di parlar chiaro a Giallino: gli spiega i sacrifici che ha fatto, le difficoltà col padre (nascondendone comunque una parte, per non togliere fiducia nel padre), e gli raccomanda di impegnarsi. È a questo punto che può succedere che Giallino aderisca ad una compagnia dove si fa uso di stupefacenti, così che il suo contesto diventi:

- IO sono così debole che non so resistere nemmeno alla droga e alle cattive compagnie
- TU (mamma) ti sacrifichi per me
- STO CON TE che sei perfetta e mi puoi perdonare.

Naturalmente, ogni storia di tossicodipendenza è diversa, e sicuramente non può essere tradotta in termini così semplici.

È interessante notare come, in altri tempi, invece che alla *malattia* della droga si ricorresse ad altre forme: la prima stata l'ipocondria, la sindrome del malato immaginario, poi è venuta l'isteria, quindi le fobie, infine, recentemente, le depressioni. Tutte queste malattie possono essere lette come modi per comunicare: *Se non sono all'altezza delle vostre aspettative, non è colpa mia: è perché sono malato.* Con questo, non intendiamo spiegare TUTTE le forme citate, ma solo proporre ipotesi di lettura, che in molti casi si rivelano determinanti per la soluzione del disturbo. A volte, infatti, la comunicazione viene dominata da un messaggio che il trasmittente si trova come costretto a continuare a trasmettere, senza esplicitarlo a parole: *Non sono cattivo, sono solo ammalato: abbiate pietà di me.* Quando succede in questo modo, i destinatari abituali della comunicazione hanno poco da fare: l'ideale sarebbe se

riuscissero ad ignorare il messaggio, ricordando che se non si tratta di cattiveria, non è nemmeno la pietà che risolve il problema, ma solo smettendo di mediare la realtà e di togliere responsabilità all'interessato.

Dal punto di vista del contesto, la possibilità di uscire da questa condizione trova validi aiuti all'esterno della famiglia di chi sta male: sia che si tratti di persone che, senza alcuna formazione specifica, siano già usciti da situazioni analoghe (alcolisti anonimi, narcotici anonimi) o che si tratti di esperti della comunicazione, vi sono comunque ampie possibilità di evoluzione. La condizione essenziale, per un buon esito, è che l'interessato sia motivato a darsi da fare: per questo il miglior aiuto da parte della famiglia consiste nel lasciare che si renda la vita difficile da solo, senza interventi. Solo se l'interessato è motivato, allora il contesto può diventare:

- IO sono disperato
- TU puoi aiutarmi
- TI ASCOLTO

In queste condizioni diventa possibile comunicare, ed insegnare ad affrontare la realtà in modi meno costosi, fino a non aver più bisogno di ricorrere a quel tipo di comunicazione. Non vorremmo comunque indurre l'idea che il processo di recupero sia semplice, e che la teoria della comunicazione sia una panacea in grado di risolvere tossicodipendenze, isterie, fobie, e depressioni: solo nel caso in cui queste forme siano da ricondursi a problemi di comunicazione è pensabile un intervento del tipo indicato, con tempi e modi che vanno comunque approfonditi di volta in volta, in sedi differenti da questa.

### **6.3. L'incomprensibilità**

Le conseguenze di distorsioni nella comunicazione sono anche molto più gravi, e giungono a non ammettere possibilità di soluzione. Propongo qui tre esempi verosimili di condizioni comunicative che possono portare a quello che in psichiatria si chiama psicosi: il primo potrebbe essere un caso di schizofrenia, gli altri di paranoia. Per non entrare nel merito della diagnosi psichiatrica, ho preferito inventare il nome dell'*incomprensibilità* per il primo caso, ed utilizzare quello di *profezia* per gli altri. Prima, però, cerchiamo di immedesimarci nelle persone descritte, per scoprire che, in questi casi, non ci sono malattie mentali, ma solo problemi di comunicazione.

Prendiamo in considerazione il caso del signor Bigi e famiglia: ma, forse, per questo esempio, *famiglia* è una parola molto grossa. Il signor Bigi (ci suona strano chiamarlo *signore*, in questo caso, ma è bello che anche lui sia un signore) non ha mai avuto una condizione lavorativa, e fin dall'adolescenza è stato ai margini della società, con un rapporto molto rilassato nei confronti della sua famiglia, dove non vedevano l'ora che smettesse di far spendere denaro. Ha incontrato la signorina Violetta, più o meno con precedenti analoghi, e per qualche attimo è sembrato loro che il mondo non fosse solo nemico: in quell'attimo è stato concepito Bigino. I due coniugi non erano capaci di seguire regole e norme, tuttavia hanno avuto qualche compassione per il piccolo nato, ed hanno cercato di impostare una convivenza che assomigliasse alla famiglia. La miseria, la difficoltà a procurarsi denaro, spesso a costo di spaventi per evitare gli agenti che gli altri, i *normali*, ponevano a custodia dei propri beni, hanno portato da una parte all'abitudine a coprirsi a vicenda, e dall'altra a sfogare l'un contro l'altra le frustrazioni degli insuccessi. Se si riusciva a trovare qualcosa di più dell'indispensabile, il meglio era per Bigino, che diventava improvvisamente il centro dell'attenzione, ma quando non si riusciva nemmeno a placare la fame, e succedeva molto spesso, allora si ricorreva alla bottiglia, e con quella ci si dimenticava di tutto. Anche di Bigino. Il quale Bigino ha dovuto imparare presto e da solo a distinguere quello che si riesce a mangiare da quello che è meglio non mettere in bocca, e in un modo o

nell'altro è riuscito a crescere. Se i genitori stavano bene, allora poteva parlare con loro, ma se era uno di quei giorni *no*, allora era meglio non avere mal di pancia, addormentarsi presto, e fuggire nel sonno all'incubo delle botte che non risparmiavano nemmeno lui. Per questo, il contesto di Bigino, fino ai cinque anni, era:

- IO devo cavarmela da
- VOI ve la siete cavata, e a volte mi aiutate
- STO CON VOI per imparare come si fa.

Stava già imparando, infatti: per lo meno, sapeva sentire se c'era aria di botte o c'era qualche speranza di un sorriso. Poi c'era la banda: il gruppetto dei bambini per giocare. Giocare, per la verità è un verbo per chi non vive nella miseria: quando si è ai margini della società non si ha mai il tempo per divertirsi, nemmeno a tre anni. Si andava a frugare nei mucchi dei rifiuti, se c'era da mangiare, e qualche volta si riusciva anche a mettersi d'accordo, e ad organizzare una spedizione nelle case dei pendolari, che rimanevano vuote tutto il giorno: là si trovava sempre qualcosa da regalare al signor Bigi e alla signorina Violetta, *che così non menavano*.

Con i genitori bisognava comunicare con cautela, e Bigino non era uno stupido: aveva imparato quando stare zitto e quando parlare, quando piangere e quando ridere, anche se l'istinto non era sempre d'accordo con queste decisioni. Con la banda le regole erano diverse, ma abbastanza semplici: quando c'era da ubbidire, si ubbidiva, e quando i *grandi* non avevano le idee chiare, si poteva parlare stando bene attenti a quello che si diceva; quando c'era da dividere quello che si trovava, bisognava difendere i grandi, anche se non sempre erano giusti: loro comunque si ricordavano sempre di dare qualcosa in più a chi li aveva difesi.

Poi arrivarono i sei anni, e i problemi. Bisognava andare a scuola, se no, aveva detto il signor Bigi, arrivava il vigile, e rovinava tutto.

Ma a scuola la situazione era diversa: i compagni non erano come nella banda, e quasi tutti facevano la spia alla maestra se appena mancava qualcosa. Bigino provò a fare come i grandi della banda: urlò, picchiò, dimostrò di non aver paura nemmeno se la maestra lo minacciava; ad uno dei suoi compagni, che gli sembrava un po' più dalla sua parte, insegnò addirittura come si fa a prendere l'orologio del bidello, ma questi crollò subito, alle prime domande del direttore, e fece la spia, proprio come tutti gli altri.

La maestra fece finta di essere dalla sua parte, ma solo per poco, perché fu subito chiaro che mentiva: lo trattò anche come un piccolo, offrendogli delle caramelle e un ciondolo colorato di plastica: mica si mangia, con le caramelle, e la plastica la vendi male. Poi ci tentò il direttore, l'assistente sociale, e anche uno psicologo della comunicazione: tutti falsi e bugiardi che prima ti prendono per un debole che si lascia convincere, e poi passano alle minacce. Ma nessuno sa pestare forte come il signor Bigi, e Bigino lo sapeva, e non aveva paura di nessuno. Era quasi bello: mentre gli altri, *gli uguali*, se ne stavano in classe con la maestra, per lui adesso arrivava una maestra nuova, un ispettore, un'assistente sociale, che lo tiravano fuori dall'aula, e cercavano di imbrogliarlo, di fargli credere che erano dalla sua, ma in fondo volevano che lui diventasse un uguale come quelli che stavano in classe a ubbidire.

Al termine della prima elementare qualcuno decise che era un *autistico*, altri aggiunsero il termine *caratterialità*: di fatto smisero di occuparsi di lui, e si misero d'accordo che invece di andare a scuola poteva giocare con una signorina, in un'altra stanza. Qualche volta la signorina voleva fare dei giochi diversi, ma Bigino sapeva cavarsela anche in quel caso: si metteva a urlare, rompeva qualcosa, e la signorina ubbidiva.

In questo modo trascorsero otto anni: tutte le elementari e le medie. Poi, nessuno se ne occupò più.



Ogni tanto lo mandavano a prendere, lo ospitavano in una casa dove non si poteva uscire, ma c'erano tanti compagni, e c'era da mangiare e da dormire: quando cominciava a starci bene, lo mandavano via. Il contesto di Bigino, come dei suoi compagni, nei confronti degli *uguali*, è, probabilmente, di questo tipo:

- IO sono un nemico leale (perché conto solo sulle mie capacità)
- VOI siete nemici sleali (perché non accettate mai il confronto personale)
- NON POTREMO MAI ANDARE D'ACCORDO.

Una storia come tante, troppe, mai prese in considerazione: che la casa da dove non si può uscire sia il carcere o il manicomio, viene lasciato alla tua fantasia. Schizofrenico o delinquente comune, di fatto emarginato fin dalla nascita, in un rapporto comunicativo impossibile: ho inserito appositamente anche lo psicologo della comunicazione tra i tentativi fallimentari perché tardivi. Fin dai primi mesi si stabilisce un rapporto con gli altri improntato al cavarsela da sé, e chi non fa così, in quegli ambienti, muore senza lacrime.

Il problema dell'incomunicabilità è oggi ai primi sintomi: alla periferia delle megalopoli cominciano a concentrarsi gruppi di emarginati, come un ritorno alla preistoria, dove i contatti con la civiltà sono solo ulteriormente emarginanti, più per mettere a posto la coscienza di chi sta nella civiltà che non per una reale speranza di contributo alla soluzione. In mezzo, tra la civiltà e la preistoria, i *muri* che rendono ancora più difficile la comunicazione: la polizia, la scuola, i servizi sociali, il carcere, il manicomio. Per questo ruolo di confine, il poliziotto, la maestra, l'assistente sociale, il secondino, l'infermiere, sono forse ancora più a disagio, non trovando possibilità di dialogo con nessuna delle parti che tengono separate. La civiltà non vuole coinvolgersi, la preistoria non è in grado di capire altri messaggi. Forse, l'unica possibilità di dialogo passa da un iniziale confronto fisico, dove prima bisogna dimostrare la superiorità sul loro terreno, e non abusarne, secondo le tecniche descritte a proposito dell'interruzione dell'aggressività per negare il conflitto. Poi si tratta di aiutare a ripercorrere tutte le tappe della storia, in un percorso lento e senza fretta. Chi volesse intraprendere una simile strada sappia che anche la civiltà non vuole il dialogo con la preistoria, e quindi sarà sospettato di chissà quali secondi fini. Se il percorso verrà avviato, la civiltà lo dimenticherà fino a che non ci fosse un successo, che guarderà comunque con diffidenza. Solo dopo la morte sarà possibile un monumento, una fondazione, ed una scuola che permetta a chiunque di sentirsi altrettanto eroico perché condivide tutte le sue idee pur restandosene a casa sua. Questo non è un discorso cinico: è sempre successo così, e se queste mie ultime frasi dovessero irritarti, allora, ti prego, non fare niente per loro, perché faresti loro soltanto del male.

#### **6.4. Le profezie.**

Questa distorsione comunicativa è un po' meno drammatica, almeno per chi la impone agli altri: ciò non toglie che non sia altrettanto grave, in quanto insolubile. Per questo, in termini psichiatrici, appartiene alla categoria delle psicosi. Il nome di *profezie* deriva dalla precisione con cui, in questo modo di comunicare, si riesce a fare in modo che le previsioni si avverino ad onta di qualsiasi criterio realistico.

##### **6.4.1.**

Consideriamo la vicenda del signor Neri, un automobilista che, per qualsiasi motivo, si è convinto che l'automobile sia uno strumento particolarmente pericoloso, da lasciare ai pochi saggi come lui. Il signor Neri ritiene che gli altri automobilisti corrano troppo, dimenticando che alla macchina che precede può sempre grappare il motore bloccandola improvvisamente in mezzo alla strada. Per questo

quando viaggia mantiene una velocità prudentemente alla metà rispetto a quella indicata dai segnali stradali. Sempre gli altri automobilisti imprudenti, a detta del signor Neri, dimenticano che, in caso di guasto, si deve poter accedere immediatamente al bordo destro della strada: per questo è prudente lasciarlo libero, e viaggiare il più lontano possibile da quel lato. Meglio prendere l'abitudine di stare lontani dal bordo della strada, tanto che anche in autostrada si sforza di guidare sulla terza corsia, quella più lontana dalla corsia d'emergenza, riservata a chi potrebbe essere in panne. Il signor Neri è convinto che troppa gente non sappia guidare, e che la patente automobilistica si distribuisca con eccessiva leggerezza: per questo, anche ai semafori, quando c'è verde, preferisce frenare per assicurarsi che tutti gli automobilisti siano ben fermi al loro rosso. E a chi osa contestare qualcuna delle sue affermazioni, ecco la documentazione: tutti gli altri automobilisti non possono fare a meno di utilizzare il clacson: tutti scalmanati, che invece di guardare la strada si voltano e fanno gesti sconci agli altri guidatori saggi come lui; e sono moltissimi i casi in cui è stato tamponato, tale è la distrazione di coloro che guidano in modo diverso dal suo.

Il caso appena descritto è, fortunatamente, raro ma non impossibile: più frequenti sono gli stessi atteggiamenti su altri temi, per esempio sulla fiducia nei confronti degli estranei.

#### 6.4.2.

Un altro esempio: il signor Topazi si era convinto che le persone sconosciute fossero in prevalenza dei truffatori, e che fosse opportuno imparare ad andare contro all'istinto che lo portava a fidarsi spontaneamente di chiunque. Se il signor Topazi viaggia in treno, cerca sempre uno scompartimento vuoto, a costo di scendere e prendere il treno successivo. Se poi, quando ha trovato un posto, entra un altro viaggiatore, il signor Topazi prende un libro per fingere di leggere, e comincia ad osservarlo, chiedendosi quale interesse possa aver spinto il viaggiatore a cercare un posto vicino al suo. Simulando indifferenza, il signor Topazi si avvicina al bagaglio dell'altro, e cerca, palmandolo, di scoprire qualche informazione: ovviamente l'altro, temendo di avere a che fare con uno squilibrato, senza dir niente, si alza e cambia scompartimento, lasciando il signor Topazi soddisfatto: *si è accorto che a me non la si fa, ed ha cambiato vittima!* pensa, complimentandosi con se stesso per il modo con cui si è difeso da un mariuolo che avrebbe potuto recargli chissà quali danni.

Una volta, mentre camminava per strada, gli chiesero la via più breve per arrivare alla stazione: reagendo all'impulso di dire subito quello che sapeva, si fece forza, ed indicò la direzione opposta, per evitare che quegli sconosciuti si accorgessero che abitava lì vicino, e potessero indovinare il suo indirizzo per poi venirlo a derubare quando era fuori casa. E, di fatti, anche per quella volta nessuno venne a derubarlo.

Tra tante persone sospette, il signor Topazi ricorda di aver incontrato un solo vero galantuomo, anche se non ne parla mai.

Accadde molto tempo fa: era in treno, e dopo aver spiato dal libro e palpato i bagagli, il suo compagno di viaggio non solo non cambiò scompartimento, ma gli fece anche i complimenti per quanto fosse prudente. Il signor Topazi capì subito che si trattava di una persona per bene, ed accettò di parlare del più e del meno. Il suo interlocutore parlò di come va male il mondo e di come non ci si possa fidare di nessuno. Lui, per esempio, di denaro non ne parlava nemmeno con sua madre. Il signor Topazi divenne attentissimo. *C'è sempre da imparare*, pensò. Il suo compagno di viaggio continuava: aveva trovato un modo per mettere il denaro al sicuro oltre ogni possibile immaginazione. *Una cassaforte?* domandò il signor Topazi, che non aveva buoni rapporti con i bancari per via di certe sue cautele. *No, molto meglio! Ma è prudente non parlarne in treno: sa com'è, ci possono essere orecchie da per tutto.* Il signor Topazi si alzò, guardò sotto il sedile e sulla reticella dei bagagli, se ci fossero spie

o almeno microfoni. Non trovò niente, ma il suo compagno di viaggio gli fece cenno di star zitto: si sentiva chiaramente, nello scompartimento accanto, che adesso chiacchieravano ad alta voce per far credere che non stessero origliando. Il signor Topazi decise di scendere alla stessa stazione del suo compagno, e si avviarono per una via di campagna. Quando furono in mezzo a prati appena tagliati, sicuri che nessuno potesse essere nascosto ad ascoltare, il viaggiatore spiegò che ad Andorra c'è una vecchia costruzione diroccata che sembra abbandonata: nemmeno i ladri possono immaginare che in realtà nasconde solo bauli antichissimi, di acciaio corazzato, installati di notte da tre soci. Ciascuno ha il suo: occorrono le chiavi di tutti e tre per aprire la porta principale (e mostrava un mazzo di chiavi molto strane, indicando la sua), ma ogni baule aveva sette lucchetti con la combinazione conosciuta solo dal proprietario. Il viaggiatore guardò l'orologio, disse che aveva detto anche troppo, e che era tardi e doveva andare per certi suoi affari. Il signor Topazi lo pregò di mettergli a disposizione un pezzettino di baule: solo lo spazio di un assegno. L'altro disse che era impossibile, e il signor Topazi giunse a pregarlo in ginocchio, finché acconsenti, ponendo delle condizioni: il denaro doveva essere in moneta di Andorra, su una banca di Andorra, in modo da poter capitalizzare tutto l'interesse, così che non ci potesse essere il sospetto che se ne fosse approfittato: occorreva quindi del tempo e non si poteva fare nulla lì, sui due piedi. Il signor Topazi lo pregò, che provvedesse lui, e gli firmò un assegno per quasi tutto il suo capitale, in cambio di una ricevuta con firma illeggibile, con un numero di telefono nel caso avesse bisogno di contante. Ancora oggi il signor Topazi è convinto che il suo capitale sia al sicuro in Andorra, e a volte, quando sente commenti alle sue spalle a proposito dei suoi abiti sdruciti, ha un risolino di soddisfazione: se solo volesse, tra capitale ed interessi, oggi potrebbe ritirare di che comprare mezza città, ma lasciamo che gli interessi continuino a maturare!

In altri casi, la profezia riguarda la gelosia nei confronti del coniuge, o l'inaffidabilità dei parenti: se il motivo della diffidenza è scelto bene, prima o poi si avvera, confermando al *profeta* che aveva ragione. Gli psichiatri attribuiscono spesso a questo comportamento il nome di *delirio di persecuzione*, mentre l'idea di riuscire ad evitare il danno profetizzato assume quello di *delirio di onnipotenza*, completando il quadro della paranoia. Non sosteniamo che tutte le forme paranoiche abbiano questa spiegazione, ma va notato che in alcuni casi la lettura in chiave comunicativa appare molto più semplice che presupporre strane alchimie nel metabolismo di alcune cellule cerebrali, dove per tante altre funzioni il sistema nervoso funziona perfettamente.

Purtroppo, anche nell'interpretazione comunicativa, le persone che presentano un contesto del tipo

- IO ho la tentazione di fidarmi
- TU ne approfitteresti sicuramente
- TI PARLO per dimostrarti che ho ragione.

non hanno alcun motivo per rinunciare alle proprie idee: non sono assolutamente disposte ad accettare dubbi sul loro modo di vedere le cose, e se qualcuno vuol farle ragionare hanno subito validi motivi per sospettarne, giungendo, nei casi in cui si usassero modi coercitivi, a simulare di aderire alla proposta, aspettando che si presenti l'occasione per dimostrare che avevano ragione. Per questo il dialogo, sugli argomenti della diffidenza, diventa possibile solo al truffatore, perché il truffatore non ha alcuna intenzione di far cambiare idea.

Anche il guasto comunicativo della profezia ha le sue radici nell'infanzia, in quanto presuppone una tendenza a confondere l'essere con l'avere: tanto nella psicopatologia della vita quotidiana dell'automobilista ossessivo, quanto nella psicosi delirante dell'avarico o del geloso o del perseguitato, è necessario che le prime coincidenze delle profezie che si avverano trovino una predisposizione alla paura di perdere ciò che si ha. I motivi possono essere i più vari, dall'aver trascorso un periodo di

privazione affettiva all'aver avuto occasione di convincersi che per ottenere qualcosa occorra essere fortunati.

Per esempio, può fornire una convinzione del genere un'educazione eccessivamente autoritaria, in cui il bambino ritenga di non poter essere all'altezza delle aspettative degli adulti, e non sappia quindi spiegarsi come mai, pur sapendo di meritare castighi enormi, a volte questi gli vengano risparmiati. Se oggettivamente i genitori fanno di mirare alla formazione e non alla punizione, di fatto non è detto che il figlio l'abbia capito, e può succedere che interpreti le punizioni che riceve come conseguenza della sua inadeguatezza. Generalmente i genitori eccessivamente autoritari tendono ad essere molto ligi alla giustizia, per cui il figlio impara presto che a fronte dell'errore si trova inevitabilmente la punizione. D'altro canto, i genitori non possono conoscere tutti gli errori del figlio, e quando il figlio si rende conto di aver sbagliato senza per questo essere punito, può non essere sufficientemente critico da ritenere che i genitori non se ne siano accorti, e può imputare alla fortuna il merito del castigo evitato. L'idea della fortuna, che si conferma sempre più con il crescere, in quanto spiega le imprecisioni tra comportamento del figlio e punizione del genitore, rende sempre più impermeabili all'apprendimento e quindi al rapporto con gli altri. Praticamente, dal punto di vista del bambino, si realizzerebbe questo contesto

- IO sono fortunato
- TU mi invidi e mi perseguiti
- TI PARLO per depistarti.

Questa interpretazione della vita rende sempre più attaccati a ciò che si ha, che, in quest'ottica, non è frutto del lavoro, ma dispensato dalla fortuna in un momento benevolo, e da proteggere dall'eventualità dei periodi sfortunati. Si realizza così una tendenza alla profezia: chi crede alla fortuna ha a disposizione una variabile unica per spiegare ogni evento. Se le cose vanno bene è una questione di fortuna, se vanno male è colpa degli invidiosi che tramano nell'ombra: L'ESSERE fortunato o perseguitato si lega all'AVERE che ne è conseguenza.

Sicuramente, per chi non ha dimestichezza con questa filosofia di vita, sembra un discorso complicato: per chi invece vive secondo il criterio della fortuna, sembra incomprensibile che gli altri non ci credano, e diventa verosimile che, invece, gli altri non vogliano far sapere i criteri che impiegano per accaparrarsi la fortuna che hanno. Culto della fortuna, invidia, sospetto, sono quindi le caratteristiche che si sviluppano via via che si intrecciano comunicazioni improntate alla profezia, costringendo il malcapitato in una ragnatela sempre più complessa, ma alla quale si abbarbica, ritenendo non sia possibile vivere in modo più semplice, e che il proprio criterio sia addirittura migliore di quello degli altri, nonostante le persecuzioni degli invidiosi dimostrino risultati oggettivi inferiori.

### **6.4.3.**

Un caso analogo a quello della profezia, ma in senso inverso, è quello che potrebbe capitare a ciascuno di noi se, per un errore di persona, venissimo scambiati per un evaso dal manicomio.

Tizio se ne sta camminando per strada quando si accorge, con la coda dell'occhio, che due infermieri lo stanno inseguendo. Ovviamente allunga il passo: lo seguono ancora. Gira in un vicolo. Loro dietro. Scappa, e questi urlano ai passanti di fermarlo: loro sono in divisa, Tizio è vestito normalmente, c'è sempre un'anima pia che desidera rendersi utile, e, sfidando il pericolo, afferra Tizio in un abbraccio d'acciaio. Tizio si sente aggredito, si dimena e butta per terra quell'altro, ma ora sono tutti gli altri passanti a bloccargli la strada. Il volontario è caduto e si è ferito al capo. Gli infermieri raggiungono Tizio, lo imbracano in una camicia di forza e lo portano via, mentre questi urla di essere lasciato in pace. Al manicomio, dove avevano mostrato agli infermieri la foto del matto scappato, si accorgono

dell'equivoco, ma Tizio è talmente fuori di sé che si decide di sedarlo e tenerlo in osservazione. Nel caso che Tizio non abbia parenti interessati ad aiutarlo ad uscire, tutte le predizioni continueranno a confermare che è matto, e per fortuna gli infermieri se ne erano accorti.

In situazioni del genere, che non vanno certo sui giornali, e non sappiamo in quanti casi si siano già realizzate, la profezia avviene da parte della società, esplicitata per mezzo degli operatori, infermieri e psichiatri:

- TU sei pericoloso
- IO difendo la società dalla tua violenza
- TI TRATTENGO per il bene di tutti

In casi particolari ma non impossibili, si innesca il ciclo della profezie che si avverano, dato che il malcapitato, se non è sedato, esprime sempre più il proprio sdegno per il modo con cui viene trattato, confermando ai *sani di mente* che, rifiutando l'aiuto, è proprio matto. Prima o poi, a malincuore, si tenterà con un elettro choc, e si potrà constatare un sensibile miglioramento: Tizio ormai, infatti, si è rassegnato, ed ha smesso di essere pericoloso, anche se rimane prudente mantenerlo in osservazione.

Altre volte succede che uno scatto d'ira, invece che risolversi in un sano contrasto, diventa motivo per chiamare la Forza Pubblica, con le evoluzioni che ho descritto prima a proposito dell'equivoco sull'evaso dal manicomio: ho conosciuto situazioni in cui i parenti, chiamati in seguito ad uno di questi ricoveri, invece di assumersi la responsabilità di testimoniare un equilibrio psicologico nonostante l'episodio dello scatto d'ira, sono andati a ripescare le volte che, in passato, il soggetto aveva già manifestato un comportamento strano, un po' testardo, un po' disubbidiente, a volte persino ribelle. Il ricovero viene confermato, il soggetto si ribella, confermando quanto dicono i parenti, e la sua condanna è segnata per tutta la vita: non potrà lavorare, sarà sempre in cura farmacologica, ed il soggetto stesso avrà paura a cercare aiuto nel timore di altri elettro choc.

Non sostengo, ovviamente, che tutti i ricoverati in psichiatria abbiano alle spalle una storia del genere: è invece importante sottolineare come, essendo assente dalla formazione dello psichiatra una conoscenza approfondita delle tecniche di comunicazione, nulla garantisce che storie del genere si moltiplichino.

## 7. I paradossi

### 7.1. *i problemi non sono ancora finiti*

Fino ad ora abbiamo esaminato due livelli nella comunicazione: il livello del messaggio e quello del contesto. Anche se sappiamo che non possono essere presi in considerazione separatamente, abbiamo tuttavia messo in luce i problemi che possono generarsi quando vi siano carenze nell'uso dei messaggi, verbali e non, e quando vi siano problemi di gestione nel contesto, evidenziando tre tipi di guasti nella comunicazione: la malattia nella comunicazione, l'incomprensibilità e le profezie. I problemi che ci interessano ora riguardano le difficoltà che possono insorgere quando contesto e messaggio diventano incompatibili.

Si potrebbe pensare che, se c'è incompatibilità tra messaggio e contesto, la comunicazione debba interrompersi. Di fatto non succede sempre così, perché possono permanere condizioni di comunicazione, anche se questo non costituisce la regola. In forza della definizione di comunicazione, per cui è il ricevente che decide se la comunicazione esiste, quando c'è incompatibilità tra contesto e messaggio la comunicazione può continuare, anche se con effetti imprevedibili.

Per non farti affaticare eccessivamente la fantasia a cercare una situazione in cui il messaggio non sia compatibile con il contesto, ti propongo il caso, che ho letto su un giornale, di un signore che, per discrezione, chiameremo arbitrariamente Nuncapiscu, cecoslovacco, in visita con la moglie a New York. L'appuntamento per risalire sull'autobus che avrebbe portato la comitiva dei turisti all'aeroporto era per le quattordici, ma la moglie del signor Nuncapiscu si era attardata in una boutique, per gli ultimi acquisti. Il signor Nuncapiscu era un uomo alla buona, vissuto sempre nella sua fattoria poco distante da Praga: diligente, aveva imparato bene il cecoslovacco, ma non sapeva una parola di americano, e era rimasto fedele a quello che gli avevano detto, da piccolo, a proposito degli americani, che avevano uno strano concetto di proprietà, e che tenevano per sé quello che piaceva loro, invece di lasciarlo alla collettività. Aveva già notato, infatti, gli sguardi attenti degli americani nei confronti di sua moglie, così graziosa e rotondetta col suo grembiulone colorato, la cuffietta bianca e gli zoccoli di legno, e quando si accorse che questa non era più nel gruppo pensò subito al peggio: sua moglie era stata rapita. Tornò nell'ultimo negozio dove erano stati con la guida, e frugò da tutte le parti, incurante dei commessi che cercavano di calmarlo: lui urlava *dove avete messo mia moglie?! e loro si ostinavano a rispondere parole sconosciute da qualsiasi onesto cecoslovacco, con quel tono falso misto di cortesia e di seccatura. La moglie era tornata al gruppo in tempo, e pensando che suo marito, da buon cecoslovacco, se la sarebbe saputa cavare anche da solo, partì con l'aereo per Washington, contando di ritrovarlo prima o poi. Invece, il proprietario del negozio dove il signor Nuncapiscu aveva dato in escandescenze, telefonò alla polizia, che intervenne immediatamente: vestito alla buona, urlante ed ora anche aggressivo, (infatti volavano sberle di tipico stampo contadino), fecero molta fatica per prenderlo, incuranti di ciò che gridava: gli dicevano *sta calmo, ti portiamo in cella, ti passa la sbronza, e domani ne parliamo*. Il guaio era che il signor Nuncapiscu parlava come se fosse a Praga, e gli altri rispondevano sapendo di essere a New York: nessuno conosceva il linguaggio dell'interlocutore, ed i documenti erano con i bagagli, sull'aereo. Il signor Nuncapiscu continuava ad urlare, anche in cella, e anche l'indomani, anche perché aveva fame, e nessuno pensava che dandogli qualcosa da mangiare avrebbe potuto calmarsi almeno per un poco. Dopo due giorni di cella, visto che nonostante il digiuno era ancora più che agitato, venne chiamato anche uno psichiatra, ma nemmeno lui sapeva una parola di cecoslovacco, e non poteva immaginare di avere a che fare con una persona sana ed equilibrata: prescrisse sedativi in dose da cavallo, che fecero dormire il signor Nuncapiscu per un paio di giorni, ma*

senza per questo ottenere di fargli capire l'inglese. Intanto, appena l'aereo era partito, la guida si era accorta dell'assenza del signor Nuncapiscu, nonostante la moglie continuasse a sostenere che il signor Nuncapiscu sapeva benissimo cavarsela da solo, e fu inviato immediatamente un fonogramma al consolato che iniziasse le ricerche. Ma anche qui, il consolato cercava un signor Nuncapiscu per strada, in qualche albergo più o meno di lusso, ritenendo che avesse approfittato della scarsa sorveglianza per chiedere asilo politico, mentre il signor Nuncapiscu si trovava in galera. Per questo passarono diversi giorni prima che a qualcuno venisse in mente che il cecoslovacco disperso, di cui cominciavano a parlare i quotidiani, fosse proprio quell'ubriaco inguaribile detenuto in prigione. Si cercò un interprete, e finalmente tutto si poté chiarire, con mille scuse diplomatiche che comunque non convinsero il signor Nuncapiscu, il quale crede ancora oggi che gli abbiano reso la moglie solo perché ha continuato ad urlare e non si è dato per vinto nemmeno dopo la puntura di sonnifero: *Gli americani hanno capito di che pasta sono, ed hanno dovuto cedere!* ripete ai nipotini. In questo caso, il disaccordo tra contenuto e contesto riguardava solo la scelta dell'idioma: tanto gli americani quanto il signor Nuncapiscu credevano che l'interlocutore capisse la propria lingua, per cui le incomprensioni reciproche andavano ad influenzare il contesto (vissuto, pregiudizi, obiettivi) dei comunicanti invece di far sorgere dubbi sul problema reale del bisogno di un interprete.

Casi del genere sono fortunatamente piuttosto rari, e non presentano interesse al punto da giustificare una pubblicazione: si ritrovano in cronaca d'estate quando le notizie importanti sono meno frequenti.

Tuttavia, come abbiamo già visto a proposito di alcuni guasti della comunicazione a livello di contesto, esistono condizioni dalle quali diventa praticamente impossibile uscire. Come nel caso del signor Nuncapiscu, anche nelle situazioni analizzate precedentemente, della malattia, dell'incomprensibilità e delle profezie, avviene che man mano la comunicazione procede, gli interlocutori si distanziano, e diventa sempre meno probabile che venga capito ciò che si vuole dire<sup>34</sup>.

In linea di massima dovrebbe succedere che, quando gli interlocutori non si capiscono, la comunicazione si interrompa, o quanto meno scivoli sul linguaggio non verbale e si passi alla violenza: ci sono tuttavia alcune condizioni particolari in cui questo non si verifica, e la comunicazione continua, nonostante almeno uno dei comunicanti capisca in modo molto differente rispetto alla media.

## **7.2. Introduzione ai paradossi.**

Per arrivare a comprendere appieno questi fenomeni, di comunicazione che non si interrompe nonostante non ci sia una comprensione, dobbiamo partire da un fenomeno particolare della comunicazione, relativamente raro e di breve durata, ma comunque curioso.

Questo fenomeno, che chiameremo *paradosso comunicativo*, si realizza quando il contesto è contrario rispetto al messaggio. Dato che contesto e messaggio si influenzano a vicenda, è raro ma non impossibile che avvengano spostamenti nella comunicazione tali da *rovesciarla*, e porre una contraddizione tra ciò che viene comunicato ed il contenitore della comunicazione. Prima che ti venga il mal di testa a cercare di immaginare una situazione simile, ti propongo qualche esempio.

---

<sup>34</sup> Anche nel caso del signor Topazi, che trova un interlocutore truffatore, i due non comunicano: il signor Topazi crede di capire, ma viene truffato, ed il truffatore non capisce e non si preoccupa di capire quello che vuol dire il signor Topazi, limitandosi a sfruttare la situazione. Per altro, truffatori così abili sono rarissimi ed in miseria, perché, per fortuna, di casi come quello del signor Topazi ce ne sono pochi.

### 7.3. **Quando il paradosso è quasi una barzelletta.**

In caserma, i soldati sull'attenti, il colonnello urla: *vi ordino di disubbidirmi a partire da questo istante!* Probabilmente un ordine del genere andrebbe ripetuto un paio di volte, perché la prima reazione sarebbe quella di ignorarlo: ma se i militari venissero costretti ad eseguire l'ordine, pena la fucilazione immediata, si avrebbero le reazioni meno immaginabili.

Infatti ciascuno è posto nella condizione di privilegiare o il contesto, o il messaggio, che sono in questo caso in contraddizione. Il contesto di ciascuno dei militari in riga, vale:

- IO cerco di eseguire tutto alla perfezione
- TU mi dai ordini indiscutibili
- TI ASCOLTO per ubbidirti.

invece l'ordine nega se stesso: ordinando di disubbidire, il colonnello chiede di essere ubbidito o disubbidito? Se si disubbidisce, allora bisogna ubbidire, in quanto l'ordine era di disubbidire all'ordine, ed il suo contrario consiste appunto nell'ubbidire, ma se si ubbidisce allora bisogna disubbidire.

Maggiore è il senso del dovere, maggiore è il contrasto tra l'ordine ed il contesto. D'accordo: un colonnello che desse un ordine simile sarebbe pronto per il manicomio, anche se potrebbe trattarsi di un modo impacciato per arrendersi ad un colpo di Stato, un istante prima di essere fucilato a sua volta.

Passiamo ad un altro caso, quello del signor Zafferani, normale cittadino, che fu ricevuto addirittura da un ministro, per discutere di una richiesta che aveva presentato. Da mesi si era preparato all'incontro: aveva studiato parola per parola un preciso discorso, lo aveva sottoposto ad un amico letterato per le correzioni, e lo aveva imparato così bene che da tre giorni lo ripeteva anche nel sonno. Il paradosso arrivò dopo la classica mezza giornata trascorsa in sala d'attesa, quando finalmente si aprì il portone della sala del ministro, arredata in perfetto stile Luigi XV, e questi, con il sorriso sulle labbra, gli venne incontro dicendo *La prego! Si accomodi! Faccia come se fosse a casa sua!*. A quel punto il signor Zafferani entrò, senza accorgersi, in uno stato lievemente confusionale, ed attribuì all'emozione la causa del suo non essere riuscito a dire una parola di quello che aveva preparato, facendo la figura del deficiente, ed accontentandosi di un cortese rifiuto, da parte del ministro, che lo congedò con un sorriso ed una cordiale stretta di mano.

La contraddizione è all'interno del messaggio, dove il *COME se fosse a casa sua* ha il compito di ribadire che il signor Zafferani NON è a casa sua, non può mettersi in pantofole, sdraiarsi sulla sedia, buttare la cenere per terra, eccetera, nonostante la frase abbia tutte le apparenze di un invito alla spontaneità. La contraddizione diviene possibile grazie al contesto, che per il signor Zafferani suona:

- IO ho bisogno di te
- TU sei potente ed hai il diritto di chiedermi quello che vuoi
- TI ASCOLTO per ubbidirti.

amplificando la contraddizione del messaggio.

Un altro esempio, questa volta a proposito di una coppia: si sono appena conosciuti, ma lui sarebbe disposto anche a sposarla pur di avere un po' di sesso, e lei è disposta anche ad un po' di sesso pur di farsi sposare, ma non è ancora convinta. Lei fa capire che gradirebbe un anellino. La volta successiva lui torna con una parure, collana, bracciale, orecchini ed anello, il tutto a base di diamanti: sarebbe d'obbligo concedere un anticipo, ma lei rifiuta, ed alle lamentele di lui, che le ricorda di aver accennato all'anello, risponde: *ma non devi fare tutto quello che ti dico io!*. Anche qui, l'euforia svanisce, lui ha un lieve giramento di testa, e perde tanto la gestione della situazione che la parure.

Il contesto, per lui, è



- IO ti voglio, ma è perché ti amo
- TU potresti darmi la felicità
- DIMMI cosa devo fare.

mentre il messaggio è in assoluto contrasto.

#### **7.4. Ancora un po' di teoria.**

Gli esempi appena visti servono soprattutto a dimostrare che i paradossi comunicativi sono possibili, anche se qualcuno se li è anche trovati addosso.

I paradossi comunicativi possono essere classificati in funzione del tipo di domanda e del tipo di risposta che richiedono: tanto la domanda che la risposta, infatti, possono essere o teoriche o concrete. Vi sono paradossi che vengono imposti teoricamente ed altri che invece pongono una situazione paradossale: analogamente, la risposta può essere una formula da recitare a voce o per iscritto, oppure un comportamento da assumere. Quando si richiede una risposta teorica, è sempre possibile scegliere tra una delle tre non-risposte:

- ho altro cui pensare (non mi interessa)
- ~~a~~.b. risolvo questo problema con un atto di fede (ci credo)
- ~~a~~.c. adesso non ho tempo (ci penserò)

Per esempio, prendiamo in considerazione il teorema logico dell'esistenza di Dio. Seguendo l'invito filosofico di S. Tomaso d'Aquino (1225-1274) potremmo sostenere che, poiché è evidente che tutto ha una causa (i movimenti, ma anche la vita), allora si rende necessaria una Causa Prima che giustifichi la catena degli effetti tra l'atto della creazione e la vita attuale. A questa argomentazione, il filosofo Hegel (1770-1831) ribatte che la regola secondo la quale tutto dovrebbe essere causato viene contraddetta dalla richiesta di un Creatore, perché, secondo la regola invocata (e cioè che tutto debba avere una causa), anche il Creatore dovrebbe avere una causa. Praticamente, l'analisi logica della realtà induce ad una contraddizione sul concetto di causa: se per esistere occorre una causa, allora la catena delle cause non può avere un inizio, quindi non può cominciare, e se non comincia non può esistere. La risposta a questo problema è comunque di tipo teorico, e ciascuno può scegliere tra le tre non risposte: ci sono persone che preferiscono non interessarsi al problema filosofico del Creatore, ci sono persone che scelgono tra il credere all'esistenza di Dio e il non credere all'esistenza di Dio, ed affidano la loro soluzione ad un atto di fede, e ci sono persone che rimandano la soluzione del problema.

La stessa sorte tocca ad ogni altro paradosso di tipo teorico, che si tratti dei cataloghi che catalogano i cataloghi dei non cataloghi (devono o non devono contenere se stessi?) proposto da B. RUSSEL (1872 – 1970), o del numero minimo di granelli di sabbia per poterli definire un mucchio (qual'è il granello, tolto il quale, non costituiscono più un mucchio?) formulato da ZENONE (V sec. a.C.), sono sempre disponibili tre non risposte: *non mi interessa; ci credo e ci penserò*.

Diverso è il caso in cui la risposta da dare sia un comportamento.

Il signor Argenti era un manager ad alto livello di una multinazionale. Validò, onestissimo e stimato, era incaricato di svolgere trattative e mediazioni con fornitori ed acquirenti, facendo, ovviamente, gli interessi della sua ditta. Fu così che, riflettendo su alcune cifre, poi su alcuni fatti, cominciò a sospettare che la sua ditta fosse coinvolta in affari poco puliti: poniamo che si trattasse di un commercio di droga. Riprende i conti, li verifica, ed arriva a convincersene sempre più. Non potendo crederci, ma essendo comunque prudente, pone alcune domande tranello ai suoi superiori: alcuni forniscono le risposte che confermano i sospetti, altri invece sottopongono lui ad un interrogatorio, e verificano tanto la sua correttezza che le sue grandi capacità, grazie alle quali era riuscito a scoprire

quanto nessuno gli aveva mai detto. I responsabili decidono allora di coinvolgerlo più apertamente, invitandolo a collaborare, ma a questo punto il signor Argenti, che già stava maturando la decisione, si dimette coerentemente con la propria coscienza. La ditta ovviamente non può permettersi che informazioni così importanti e pericolose non siano controllate, ed alza l'offerta: propone un posto di prestigio e uno stipendio favoloso, ma il signor Argenti non vuole essere complice e si dimostra irremovibile. La ditta non può rifiutare, per non correre il rischio che il signor Argenti si ponga in atteggiamento di ricatto, e decide di puntare sul suo onore: prima di confermargli le dimissioni, con lauta liquidazione, gli fanno giurare sul suo onore che non confiderà ad altri quanto ha appreso lavorando presso la ditta. Poi, al termine della cerimonia di congedo, un collaboratore della direzione (210 Cm x 98 Kg), col pretesto di accompagnarlo all'uscita, lo porta in una stanza, lo prende per il bavero e lo alza premendogli la schiena contro il muro. Lo fissa negli occhi, e con aria di disprezzo gli biascica in faccia: *Anche se sei un vigliacco che scappa e che resterà sempre povero, ricordati che noi sappiamo che sai. Se dovesse sfuggirti anche una sola parola in merito, ricordati bene che non saremo tanto gentili da farti fuori: ce la prenderemo con tua figlia, e non sarà piacevole, né per lei, né per te. E adesso, scompari, che mi fai schifo!* Cercando di mantenere il controllo emotivo, il signor Argenti decide di prendersi subito una vacanza, e se ne va con la famiglia al mare, senza accennare né alla moglie né ad altri del suo problema. Due giorni dopo, la figlia, tornando dal banchetto dei gelati, si trova in tasca un biglietto con il marchio della ditta in cui lavorava il padre, e la scritta, *mostra a papà questo foglio*, cosa che la bimba esegue. Il signor Argenti inventa un pretesto, e fa interrompere le ferie alla famiglia: la figlia torna a scuola, e questa volta si trova nel diario, alla pagina dei compiti, lo stesso foglietto, che mostra a papà. Il signor Argenti va in una cabina, telefona a quel collaboratore che lo aveva preso per il bavero e giura di non aver detto niente *Lo sappiamo*. -risponde- *Solo, volevamo che ti ricordassi*, e interrompe la comunicazione. Il signor Argenti non è più lo stesso, ma reagisce, e trova un'altra attività, anche se non così ben retribuita, e per qualche anno sembra che tutti si siano dimenticati di lui. Fino a che una mattina, leggendo un giornale, non intuisce che la polizia sta cercando di sapere quello che lui già sapeva, ed immediatamente si accorge che non ha alcuna prova per dimostrare agli ex datori di lavoro di essere estraneo all'inchiesta. Quando, a pranzo, la bimba ritarda a rientrare, il signor Argenti ha un attacco di agitazione incontenibile: per fortuna la bimba arriva, e dice di essere stata fermata da un signore che gli ha dato il solito foglietto. Il paradosso a questo punto è completo: non ci sono soluzioni al problema di dimostrare l'estraneità all'indagine della polizia, e in caso di errore, reale o presunto, del padre, chi pagherebbe sarebbe la figlia. Il signor Argenti si ricordò allora di come fanno i mafiosi per indicare che hanno ucciso una persona per chiuderle la bocca, e, dopo essersi imbavagliato in modo da far sapere che il suo gesto serviva per salvare la figlia, si sparò ad una tempia, in modo che nessuno, tra quanti amava, avrebbe pagato per quanto la sua intelligenza gli aveva fatto scoprire.

Dietro a quanti suicidi sta una storia del genere?

Il paradosso in cui si richiede un comportamento come risposta è un problema di rapporto tra contesti e contenuti. Se il signor Argenti non avesse l'abitudine mentale a riflettere su come la potrebbero pensare i suoi ex colleghi, il paradosso non avrebbe senso: il contadino cecoslovacco che aveva perso la moglie a New York non avrebbe saputo mettere in relazione la carta intestata con i pericoli corsi dalla figlia, e non sarebbe finito nelle condizioni del signor Argenti.

In generale, possiamo definire *paradosso a risposta comportamentale* quelle situazioni in cui il contesto impone una via opposta rispetto a quella pretesa dal messaggio, sia esso esplicito o implicito. Nel caso del signor Argenti, il messaggio ricevuto dal padre era *se fai la spia, tua figlia la paga*, ed il contesto era

- IO so che non ho fatto la spia ma non posso dimostrarlo

- TU hai motivo per ritenere che io abbia fatto la spia
- NON ho alcuna possibilità di salvare mia figlia.

In questo caso la contraddizione si manifesta tra il primo aspetto del contesto ed il messaggio, che pone in gioco la vita della figlia.

È l'urgenza di evitare che paghi la figlia a costringere il signor Argenti al suicidio: se invece della vita della figlia fosse stata in gioco l'integrità dell'automobile, sarebbe stato possibile ricorrere ad una delle tre uscite teoriche: a) facciamo pure quello che vogliono della mia macchina, b) credo che non ne faranno niente <sup>35</sup>, c) appena potrò scriverò una lettera per spiegare come stanno le cose.

## **7.5. Le conseguenze del paradosso.**

Il paradosso comunicativo, in quanto pone in contraddizione messaggio e contesto, è insostenibile, e per questo dura pochissimi istanti. Dato che entrambe le variabili, messaggio e contesto, vengono definite dal ricevente, che sia o no consapevole di farlo, è il ricevente che reagisce immediatamente per sottrarsi al paradosso. Poiché il messaggio appare al ricevente come incontrovertibile, l'intervento avviene generalmente nel contesto, e dato che è molto difficile essere consapevoli del contesto, gli effetti del paradosso sono praticamente automatici. E adesso cerchiamo di spiegare tutta questa teoria.

### **7.5.1.**

Le conseguenze del paradosso non modificano l'interpretazione data al messaggio. Se è vero, come abbiamo dimostrato, che è il ricevente a *decidere* se esiste o meno un messaggio, e ad attribuirgli un significato, è anche vero che, per il ricevente, questo non è dovuto ad una sua discrezione: per il ricevente il messaggio è obiettivo e reale, come tu adesso sei convinto di leggere esattamente quello che leggi, mentre non è detto tu che capisca esattamente quello che io voglio dire. La differenza tra ciò che voglio dire e ciò che capisci viene determinata da te, che sei il ricevente, mentre per te, che sei il ricevente, rimane la sicurezza di ciò che stai leggendo. Così succede per chi subisce il paradosso: anche se non è detto che chi lo trasmette abbia reale intenzione di trasmetterlo, il ricevente è sicuro di aver capito esattamente quello che ha capito. Per questo non è critico sul messaggio, e non può quindi uscire dal paradosso cambiando interpretazione del messaggio. Il signor Argenti dell'esempio precedente non va a dubitare di aver capito male a proposito dei riferimenti alla figlia e, quando arriva il momento critico, non dubita nemmeno per un istante che l'energumeno avesse voluto intendere cose diverse da quelle che lui aveva capito.

Per questo, il paradosso modifica la comunicazione, ma non l'interpretazione data al messaggio da parte del ricevente.

### **7.5.2.**

Quindi, se si vuole uscire dal paradosso, occorre intervenire sul contesto, e come sappiamo, il contesto è schematizzato nei tre aspetti: vissuto, pregiudizi, e obiettivi.

### **7.5.3.**

La scelta di quale aspetto modificare, vissuto, pregiudizi o obiettivi, non rimane alla consapevolezza del ricevente, ma all'elemento più fragile.

---

<sup>35</sup> Se, invece, dovessero distruggere la macchina, e quindi rivelarsi errato l'atto di fede, sarebbe comunque troppo tardi per correggerlo, e quindi non si riproporrebbe il paradosso.

A ben vedere, il suicidio del signor Argenti non viene determinato dal paradosso comunicativo, che in sé contiene solo un contraddizione, insufficiente per giustificare un gesto tanto grave: l'uscita del paradosso, che comporta un cambiamento nel contesto, ed in particolare, in questo caso, nel vissuto e nell'obiettivo. Non potendo sostenere il peso della contraddizione, il signor Argenti passa da

- IO so che non ho fatto la spia ma non posso dimostrarlo
- TU hai motivo per ritenere che io abbia fatto la spia
- NON ho alcuna possibilità di salvare mia figlia.

a

- IO NON SONO CREDIBILE
- TU hai motivo per ritenere che io abbia fatto la spia
- PER SALVARE MIA FIGLIA NON POSSO CHE ELIMINARMI.

ed il suicidio ne diventa la conseguenza inevitabile.

Di fatto, i suicidi determinati da paradossi comunicativi sono molto rari: nella maggior parte dei casi la causa va ricercata in condizioni depressive di competenza medica. Ciò non toglie che i paradossi comportino sempre conseguenze sull'equilibrio della persona, proprio perché ne modificano il contesto, e val la pena di approfondire l'argomento esaminando ancora qualche conseguenza.

## **7.6. Paradossi e famiglia lunga.**

Il signor Celestino è un giovane ormai adulto: adulto perché ha superato da un pezzo la maggiore età, giovane perché preferisce vivere con i propri genitori invece che assumersi la responsabilità della conduzione di una casa. In cambio di una simbolica parte del suo stipendio accetta di buon grado che sua madre si senta ancora necessaria per lavargli gli slip, stirargli le camice, e preparargli la cena. Il padre, teoricamente, preferirebbe che *mettesse la testa a posto* e cominciasse a risparmiare per mettere su casa; di fatto sa benissimo che il giorno che il figlio uscisse di casa si troverebbe ad essere lui l'oggetto delle attenzioni e delle preoccupazioni della moglie, e questo lo spaventa. Per questo si limita a brontolare, ma non prende mai posizioni decise. Quando il signor Celestino è in casa, non mancano occasioni per fargli capire che sarebbe proprio ora che si sposasse: o alludendo a *quella che un giorno dovrà fare per te quello che faccio io*, o dicendo chiaramente che *la figlia dei Rossi si sta facendo proprio carina, e sarebbe la ragazza ideale per uno come te*, gli stimoli sono frequenti e danno fastidio al signor Celestino, che dopo essere stato zitto un paio di volte, di solito sbotta con le traduzioni volgari dell'invito a badare ai fatti loro.

Questo non significa che il problema non interessi il signor Celestino: anzi, è per lui un vero e proprio assillo. Se la sogna di notte, una ragazza che gli voglia veramente bene, e che possa sostituire sua madre. Solo che quelle che gli piacciono non sono serie, quelle serie non gli piacciono, e quelle, rarissime, che gli piacciono e sono serie, non hanno alcuna intenzione di dedicarsi proprio a lui. Per questo cerca di dimenticare i suoi dispiaceri confondendosi in un gruppo di coetanei disperati come lui ma che, quando sono insieme, trovano il coraggio per ridere e far baldoria.

Teoricamente, la soluzione di questo problema viene già proposta dalla tradizione che, quando a vent'anni si partiva per il Regio Servizio Militare, commentava *buono per il Re, buono per la Regina*: se i signori Celestini riuscissero a convincersi di essere uomini prima di cercare una donna, tutto poi verrebbe da sé. I motivi per cui in pratica le cose non sono così semplici possono essere ricercati secondo diverse chiavi di lettura: qui, studiando la comunicazione, è utile individuare quella sequenza di paradossi, che coinvolge tutti i partecipanti alla situazione, rendendo difficile che questa possa

sbloccarsi.

Per il signor Celestino il contesto in casa potrebbe essere:

- IO ho bisogno di affetto e protezione
- VOI (genitori) capite il mio bisogno, e fate di tutto per soddisfarlo
- NON MI SPOSO perché sono immaturo

Se non ci fossero i messaggi dei genitori che invitano al matrimonio, questo contesto non sarebbe paradossale, come d'altro canto avviene per ogni figlio prima e durante l'adolescenza. Invece, le pressioni al matrimonio comportano che la condizione del signor Celestino non ammetta vie di uscita (se mi sposo non sono un *bravo bambino*, se sono un *bravo bambino* devo sposarmi), e lo costringano alla seguente evoluzione del contesto:

- I figli hanno tutti i diritti
- VOI (genitori) sapete di sbagliare quando non soddisfatte i miei diritti
- IO non posso che essere un figlio (= non sarò mai un genitore)

La sequenza è posta in modo da giustificare il vissuto del signor Celestino come conseguenza degli obiettivi (mantenere i diritti) e dei pregiudizi sui genitori.

Per il padre, invece, si potrebbe evidenziare questo contesto:

- IO non sono quello che voglio far vedere
- TU (figlio) mi comporti il dovere di darti il *buon esempio*
- NON POSSO che mentirti

dove il paradosso sta nella contraddizione tra il *buon esempio* da dare, e la costrizione a mentire per dare il *buon esempio*.

Anche in questo caso, per non sopportare il paradosso diventa necessario modificare i parametri del contesto:

- IO non sono quello che voglio far vedere
- TU (figlio) mi crei continuamente problemi
- TI MANTENGO per dimostrare che se non sono felice, questo è dovuto solo ai problemi che mi crei

Per la madre potrebbe valere il medesimo paradosso che riguarda il padre, ma generalmente se ne aggiunge anche un altro

- IO ho rinunciato a molto per vederti felice
- TU (figlio) non sei ancora felice
- HO IL DIRITTO di essere io quella che ti vede felice

per cui non si ammettono felicità fuori casa, né per divertimento né per matrimonio. Il paradosso, già enunciato da FREUD a proposito del Complesso di Edipo, sta nel fatto che la relazione tra madre e figlio, per platonica che sia, non può generare altro che ansia. Per questo, anche il contesto della madre tende ad evolversi verso una condizione statica:

- IO ho rinunciato a molto per vederti felice
- TU (figlio) sei la causa della mia infelicità
- HO IL DIRITTO di pretendere un po' di gratitudine

che nasconde un ulteriore paradosso (se la gratitudine viene manifestata in seguito a precisa richiesta, può chiamarsi ancora gratitudine?), rendendo così veramente difficile uscire da questa ragnatela. Di solito, prima o poi succede qualcosa che fa incrinare i legami tra i contesti, e fa evolvere la situazione o verso il matrimonio di Celestino (aspetta un figlio dalla sorella di quella che piaceva

tanto alla madre) o verso forme più problematiche, se, per esempio, uno dei genitori si ammala in modo cronico e richiede costante assistenza per diversi anni.

### **7.7. Paradossi ed educazione sessuale.**

Un paradosso di vita quotidiana, probabilmente alla radice di molti matrimoni infelici, sta nell'educazione all'amore come se il sesso non esistesse: in molte occasioni educative si parla agli adolescenti dell'amore puro, di quella spinta celestiale che unisce due persone in nome di qualcosa di tanto alto che nemmeno chi sta educando riesce a dirlo, pur dando l'idea di conoscerlo benissimo. Per altro i giovani, lo sanno tutti, sono proprio nel periodo peggiore per il controllo della sessualità: fantasie, sogni ad occhi chiusi e anche aperti, e, spesso, la masturbazione come problema, vissuta con ambivalenza, come un nemico contro il quale piace perdere. Ciò comporta in molti casi che, mentre l'educatore parla dell'amore sublime, il giovane (o la giovane, naturalmente!) si senta costretto a simulare qualcosa di molto lontano da ciò che sa di provare, ed in forte contrasto con le fantasie che gli piace accarezzare.

Il contesto, nei confronti dell'educatore, diventa

- IO so di essere irrecuperabilmente diverso e che tu mi condanneresti
- TU mi spieghi come dovrei essere
- TI ASCOLTO per imparare a mentire.

E fin qui la situazione è di disagio, ma non di paradosso. Prima o poi il giovane si innamora: naturalmente la persona di cui si innamora gli piace soprattutto fisicamente, ma, se ha creduto agli educatori che gli parlavano di amore puro, non può ammetterlo con se stesso, e si convince di essere innamorato della purezza che l'altra persona emana. Il contesto diventa, nei confronti della persona amata:

- IO ti desidero e non sono un puro
- TU appartieni alla categoria dei puri
- POSSO SOLO sognarti, perché se ti tocco ti sporco, e non sarebbe amore.

Generalmente, per evitare il contatto fisico, il giovane (maschio o femmina) si aggrappa a problemi fisici che gli facciano temere di essere immediatamente rifiutato: si convince di essere inaccettabile perché troppo grasso, o troppo magro, o per le gambe storte, per il naso orribile, per la forfora, i foruncoli, l'acne o qualsiasi altro pretesto.

Se la persona sognata dovesse ricambiare il sentimento, l'innamorato scapperebbe come se dovesse evitare il contagio, ottenendo che la persona amata si senta offesa. Ma se questa dovesse insistere, allora interverrebbe il paradosso: l'amante che si sente impuro non può accettare di essere amato da una persona pura, e se da una parte non dice di no, dall'altra all'amore si sostituisce il sospetto:

- IO ti amo ma non sono un puro/a
- TU appartieni alla categoria dei puri e mostri di desiderarmi
- DEVO SCOPRIRE le tue intenzioni: o sei deficiente (ad amare un impuro/a) o nemmeno tu sei puro/a, e mi imbrogli - In entrambi i casi non posso amarti.

Per questo, molti maschi sono convinti che le donne *in realtà, sono TUTTE puttane*, e molte donne sono convinte *TUTTI gli uomini pensano SOLO A QUELLA COSA*. Ma i danni peggiori avvengono sul piano sentimentale dove da una parte rimane il sogno dell'amore come era stato descritto dagli educatori, e dall'altra la convinzione di doversi rassegnare a stare o con una persona insulsa, o con una persona falsa, in uno stato di costante frustrazione. Ripeto: il fenomeno avviene indipendentemente dal sesso dei partecipanti, e spesso entrambi i coniugi vivono il medesimo paradosso senza avere il

coraggio di confessarselo.

### 7.8. **Paradossi, scuola e lavoro.**

Nella pratica scolastica avviene invece un altro paradosso dalle conseguenze ormai talmente radicate da impostare addirittura il modo di fare scuola. A qualsiasi studente, che sia in prima elementare o all'ultimo anno dell'università, spetta il compito di studiare: se non studiasse non si chiamerebbe studente. Studiare è l'insieme di azioni che consentono di acquisire le informazioni che fanno parte del programma di studi. E fin qui, tutto bene: il problema, didattico, sta nella pratica. Come si fa a studiare? Nessun insegnante è tenuto a dire come si faccia a studiare, e gli allievi non hanno mai occasione per riflettere sulla sequenza di azioni necessaria per acquisire le informazioni del loro programma di studio. Per questo l'apprendimento di una tecnica di studio viene lasciato al metodo cosiddetto *per tentativi ed errori*, e ci sarebbero buone probabilità di successo (anche per camminare si impara con questo metodo), se nel processo non intervenisse l'esperienza (negativa) degli insegnanti. Dato che nemmeno l'insegnante, quando a sua volta era studente, sapeva come studiare, ora che è insegnante ha buon gioco, quando l'allievo non sa rispondere, a colpevolizzarlo: *invece di guardare tanta televisione, dovresti studiare di più!* Invece, i motivi di uno scarso rendimento scolastico possono essere diversissimi, non ultimo la scarsa capacità di insegnamento da parte dell'insegnante, e avviene che se l'insegnante colpevolizza l'allievo ottiene di evitare che si ricerchi ulteriormente sulle cause. La colpevolizzazione ha, come conseguenza, l'ansia, e l'ansia riduce il rendimento. Chi ha una buona esperienza di studio sa, invece, che una delle condizioni migliori per presentarsi agli esami è quella di trascorrere la giornata precedente in sane distrazioni: la colpevolizzazione nei confronti di chi si diverte è quindi controproducente e costituisce, in pratica, una predizione che si avvera.

La relazione

Divertimento ► ansia ► calo di rendimento

comporta la strutturazione della tecnica di studio più diffusa: per aumentare il rendimento occorre non essere in ansia, quindi occorre non essersi divertiti, e, se bisogna recuperare i brutti voti, bisogna stancarsi molto. Non importa in che modo ci si stanchi: la maggior parte degli studenti si stanca stando molte ore sui libri, e facendo la fatica di sottolineare con la matita, rendendo il libro illeggibile ma avendo la soddisfazione del polso dolorante e della coscienza a posto. Dal punto di vista del contesto, questo metodo di studio diventa:

- IO non so la lezione ma mi sono stancato
- TU (insegnante) misuri quanto mi sono stancato da quanto so la lezione
- NON POSSO non imbrogliare.

dove la decisione di imbrogliare è inaccettabile<sup>36</sup> Tieni presente che qui stiamo parlando di obiettivi nel contesto, che coinvolgono quindi l'intera personalità, per cui il contesto si evolve in

- IO non sono portato per lo studio
- TU (insegnante) sei completamente diverso da me
- VADO A SCUOLA solo perché sono obbligato.

Come sempre, non posso escludere che la tua sia una esperienza differente da quella descritta, e, come sempre, in tal caso ti invito a contare quante situazioni di questo genere hai incontrato durante il tuo corso di studi.

---

<sup>36</sup> Inaccettabile per tutti, non solo per te. Chi ti ha imbrogliato non l'ha fatto accettando di considerarsi imbrogliatore, ma vivendosi come più furbo, più smaliziato o comunque migliore di te. Anche se a scuola gli studenti usano verbi che assomigliano alla decisione di imbrogliare, il loro vissuto rimane di astuzia e superiorità, mai di disonestà

A volte, il paradosso dello studio passa anche nella vita: ci sono infatti persone che dimenticano che il lavoro serve per guadagnare, e lo impostano in termini di fatica. Molte persone sono convinte che il metodo per meritare lo stipendio consista, come per lo studio, nel fare fatica, e non, come sarebbe realistico, nel consentire un guadagno al datore di lavoro. Per questo si alzano molto presto alla mattina, e di mala voglia, in modo da fare più fatica, raggiungono il posto di lavoro in modo lento e faticoso, lavorano cercando di pensare ad altro in modo da non trovare il minimo piacere nel lavoro, e tornano a casa adagio, in modo da soffrire il più a lungo possibile ritardando il momento del riposo. Dato che non è vero che più si fa fatica più si guadagna, vale per il lavoro quanto abbiamo già visto a proposito dello studio, consolidandosi nel contesto finale

- IO non sono portato per il lavoro
- TU (principale) sei completamente diverso da me
- VADO A LAVORARE solo perché sono obbligato.

che porta la maggior parte dei lavoratori dipendenti a ritenere di appartenere ad una razza diversa da quella dei loro datori di lavoro, per cui mai e poi mai potranno sperare di modificare la condizione loro, dei loro figli e dei loro nipoti.



## 8. Le uscite dai paradossi.

Come hai già potuto intuire, gli effetti della comunicazione paradossale possono arrivare anche al suicidio: del resto, che la comunicazione potesse uccidere lo sapevamo tutti.

Come no? Tu non lo sapevi? Non avevi mai letto sui giornali che Tizio si è ammazzato per amore, che Caio si è ucciso per un brutto voto a scuola, che Sempronio ha ucciso perché gli avevano detto che sua moglie lo tradiva?

Il fatto è che siamo abituati a ritenere che queste cose avvengano solo agli altri, e manteniamo il nostro equilibrio psicologico ricorrendo al pregiudizio

- IO ...
- TU hai fatto così perché sei diverso da me (= malato, psichicamente debole, ignorante, eccetera)
- NON ME NE PREOCCUPO

Per questo si preferisce classificare come *socialmente pericolosa* la persona che ha avuto un comportamento anormale, illudendosi che il suo comportamento sia dovuto ad una sua diversità intrinseca, e non a cause che un domani potrebbero toccare da vicino ciascuno di noi.

Con questo non voglio assolutamente togliere importanza alla componente organica, di competenza psichiatrica: dico solo che la si ricerca troppo spesso, anche quando non c'è, ottenendo che la prevenzione si trasformi in persecuzione.

Torniamo ai nostri paradossi. Come abbiamo visto, non si può restare in una comunicazione dove contesto e messaggio sono in contrasto tra di loro: diventa automatico modificare il contesto, e questo comporta un cambiamento in chi aveva subito il paradosso. Avevamo già visto, a proposito della definizione di comunicazione, che costitutivamente la comunicazione deve comportare un cambiamento benché minimo nel ricevente: a questo livello il cambiamento viene determinato dall'informazione. Tu stai leggendo queste informazioni, e questo comporterà dei tuoi cambiamenti, in quanto, conoscendo il mio punto di vista, avrai una maggiore libertà. Nel caso dell'uscita dal paradosso, invece, il cambiamento avviene ad un livello più profondo. Prima di tutto, si tratta di un cambiamento inevitabile. Mentre è possibile, dopo aver ascoltato un'informazione, decidere che si trattava di una bugia, quando si subisce un paradosso si è costretti ad uscirne, quale che sia il cambiamento necessario. In secondo luogo, il cambiamento avviene nel contesto, non nelle informazioni: non è quindi un aumento di libertà, ma una riduzione, una violenza ed una costrizione. Ciò non toglie che, come vedremo, i paradossi possano venir utilizzati anche per fare aumentare la libertà, ma si tratta di un impiego laborioso e da lasciare agli esperti.

Il cambiamento nel contesto, e quindi nel vissuto e/o nei pregiudizi e/o negli obiettivi, è quello che chiameremo *prezzo* per uscire dalla comunicazione paradossale: ci sono situazioni paradossali che richiedono il mutamento di un solo aspetto, altre che comportano la conversione di tutto il contesto. Io comunque preferisco classificare i paradossi in funzione del prezzo globale, e quindi del cambiamento finale, piuttosto che delle specifiche variazioni richieste sul contesto, che invece esamineremo di volta in volta.

Il modo migliore per evitare di pagare il prezzo per uscire dal paradosso consiste nel non entrarci, e altrimenti, ma non sempre è possibile, nel cercare di rimandare il comportamento richiesto. In tal caso ci si trova nella medesima situazione dei paradossi a risposta teorica, e sono possibili le tre non-risposte già viste: [a] ci penserò, [b] scelgo a mio gusto, [c] non mi interessa. Per esempio, qualsiasi rapporto

con un Ente Superiore comporta, a livello pratico, e quindi morale, un contesto del tipo:

- IO sono peccatore
- TU (Ente Superiore) mi vuoi perfetto
- NON POSSO che cercare di imbrogliarti.

con la consueta contraddizione al livello degli obiettivi (se non ti imbroglio mi condanni per i miei peccati, e se ti imbroglio mi condanni per la mia frode). Dato che la risposta comportamentale ha senso in funzione di una vita al di là della morte, si rendono possibili tanto le risposte di chi promette di pensarci al momento opportuno, che quelle di chi ignora il problema, e quelle di chi sceglie un comportamento ritenendo sia quello giusto. Questo paradosso si scioglie così grazie alla possibilità di rimandare la soluzione, e perde influenza sul comportamento<sup>37</sup>. Se non è possibile rimandare la risposta, occorre cambiare, e pagare quindi un prezzo per sottrarsi alla contraddizione.

### **8.1. Prima uscita: il pianto interrotto.**

La comunicazione paradossale a prezzo inferiore è quella che viene soltanto suggerita, senza imporla direttamente. Il *narratore* comunica, mediante un racconto, la sua capacità di imporre paradossi alle spese di qualche vittima, generalmente solo simbolica: l'interlocutore si trova così nella situazione di dover comprendere la condizione della vittima, e di doverlo esprimere mediante un cenno al pianto, e contemporaneamente viene costretto a parteggiare per il narratore, che sta esibendo il suo cinismo. La solidarietà col carnefice si manifesta interrompendo il pianto in modo da trasformarlo in un messaggio di scherno nei confronti della vittima. Traducendo la terminologia scientifica in quella quotidiana, i racconti che descrivono comunicazioni paradossali si chiamano, di solito, *barzellette*, e la risposta al paradosso è il riso. Che l'interruzione modifichi il significato, comportando una negazione, lo sapevamo fin da qualche capitolo addietro. Il contesto di chi ascolta la barzelletta è

- IO mi identifico con la vittima e soffro con lei (chi non capisce la situazione di dolore della vittima non capisce la barzelletta)
- TU hai già giudicato la vittima, ma non so come
- TI ASCOLTO per sapere se devo offendermi.

La contraddizione nel contesto sta nella posizione oscillante tra l'identificazione con la vittima e quella col carnefice: se manca una delle due identificazioni manca la barzelletta. Alla battuta finale, il paradosso si scioglie, e di solito il contesto degli ascoltatori si evolve in

- IO mi identificavo con la vittima e soffrivo con lei
- TU sai che la vittima è perdente
- RIDO e cercherò di non essere più come la tua vittima.

Questo ci aiuta a capire come mai l'ironia e le barzellette costituiscano una delle più potenti armi di propaganda politica, ci chiarisce il motivo per cui i migliori venditori siano anche degli ottimi umoristi, e come mai gli adolescenti abbiano tanto bisogno di barzellette, per imparare ad adeguarsi al gruppo. La barzelletta infatti unifica il gruppo sotto la leadership di chi le racconta, imponendo di scegliere tra l'aderire e l'allontanarsi soli ed imbronciati.

Naturalmente, per ottenere questi risultati occorre saper raccontare le barzellette: occorre cioè saper creare la situazione paradossale che precede la battuta, ponendo chi ascolta nel dubbio atroce che il racconto lo riguardi direttamente e sveli in pubblico alcune sue debolezze. Un interessante esercizio,

<sup>37</sup> A titolo di verifica, immagina che un Ente Superiore ti si presenti e ti dica che, bontà sua, nei prossimi cinque minuti deciderai, col tuo comportamento, la tua sorte per l'eternità, dato che tutto il tuo passato non ti è valso a niente. Se credi di avere a disposizione una risposta vuol dire che non ti sei immedesimato nel problema nei termini proposti da me, e preferisci la risposta che hai dato in passato, in condizioni non paradossali.

per aumentare la dimestichezza sui paradossi, consiste nello *smontare* le barzellette, cominciando da quelle che ti fanno ridere di più, e trovando il paradosso iniziale per capire a quali variazioni di contesto ti hanno costretto.

## **8.2. Seconda uscita: la delega nella gestione della consapevolezza e l'ipnosi.**

Se la comunicazione paradossale non è raccontata, ma vissuta, allora il prezzo per uscirne si alza, e si richiedono cambiamenti più profondi.

Se la comunicazione paradossale si riduce ad una sola occasione, che inizia e termina in un tempo determinato, allora il prezzo è molto basso, e si riduce alla perdita del controllo della situazione, come abbiamo già potuto osservare nei due esempi precedenti, della visita al ministro e della parure offerta alla ragazza. La perdita della gestione è determinata dalla confusione creata dalla condizione paradossale: fino a che dura la contraddizione, non è possibile rispondere comportamentalmente, e nella maggior parte dei casi l'interlocutore ne approfitta per porre le proprie condizioni. La strategia del *faccia come se fosse a casa sua* è molto diffusa perché funziona: quando ci si trova un ospite improvviso, e quindi si sarebbe in imbarazzo, è molto più efficace ributtare il disagio sull'ospite, imponendogli il paradosso per cui se è a disagio disubbidisce, ma se non si ricorda di non essere a casa sua è quantomeno un maleducato, e chi va in visita non ama passare per maleducato.

Di fatto, non è semplice tenere i paradossi a portata di mano e tirarli fuori al momento opportuno, a seconda dell'obiettivo da conseguire: questo perché, è utile ricordarlo, dipende da come l'interlocutore vive il suo contesto, e non basta una frase per modificarlo così rapidamente. Questa condizione paradossale può essere sfruttata anche in modo consapevole, stabilendo in modo preciso la durata della delega al controllo della consapevolezza: in tal caso, l'uscita dal paradosso si chiama *ipnosi*. L'ipnosi consiste nell'imporre una comunicazione paradossale dove la condizione per uscire sia il passaggio alla trance. Praticamente, il contesto della persona che viene indotta in trance è di questo genere:

- IO sto perdendo il controllo di me stesso
- TU stai prendendo il controllo su di me
  - O sto diventando pazzo,
  - O sto andando in trance

e dato che nessuno può scegliere consapevolmente di essere pazzo, (come non è possibile assistere consapevolmente al momento in cui ci si addormenta), tutti scelgono la trance, modificando il contesto in questo modo:

- IO provo quello che mi dici
- TU mi dici cosa provare
- TI ascolto perché è vero.

A titolo di chiarezza definiamo la *trance ipnotica* come *quello stato della consapevolezza in cui il riferimento per autodefinirsi non è alle percezioni sensoriali ma alle suggestioni di chi ha indotto la trance stessa*.

Tanto per chiarire un po', senza pretendere di condensare in una pagina un trattato di ipnosi, facciamo riferimento alla situazione del sogno: chi sta sognando, mentre sta sognando è consapevole, e crede di essere sveglio, ma il riferimento della sua consapevolezza, per autodefinirsi, non è alle percezioni sensoriali, come quando si è svegli, bensì ai contenuti mnemonici che forniscono le emozioni del sogno. In ipnosi, invece di far riferimento alla propria memoria, si fa riferimento alle *suggestioni* fornite da chi ha dimostrato fattivamente di assumere il controllo del soggetto. Per

l'esattezza non è detto che ci debba sempre essere un ipnotista: è sufficiente che ci sia il contesto. In tal caso, il riferimento della consapevolezza è scelto più o meno a caso: ci sono persone che in questo modo realizzano una forma di autoipnosi credendo di essere in contatto con Enti Soprannaturali ed interpretando le percezioni sensoriali come se fossero prodotte da spiriti di trapassati; ci sono altre persone che si fanno determinare dalle carte (cartomanzia) o dal pendolino (radioestesia), o da altre entità meno frequenti, più note alla psichiatria. È probabile, infatti, che alcuni casi in cui la persona sostiene di sentire *le voci* siano riconducibili ad autoipnosi senza che l'interessato sappia a chi attribuire la determinazione della sua consapevolezza.

I casi di autoipnosi appena accennati comportano comunque un vissuto di perdita di controllo, che l'interessato attribuisce a forze altrui: tutte le tecniche di induzione in trance passano dall'impressione di perdere il controllo del corpo, impressione provocata ad arte dall'ipnotista, ma regolarmente giustificata da normalissimi fenomeni biologici.

Per chi ritenesse di non avere esperienze di ipnosi è utile ricordare come anche al cinema si cada in uno stato, sia pur lieve, di trance: si *entra* nello schermo, e le emozioni vengono pilotate dall'andamento delle vicende. Anche al cinema, come in trance, è possibile avere reazioni psicosomatiche incontrollate: si piange, si hanno brividi, si sobbalza, eccetera. Infine, anche al cinema si prova il disorientamento tipico del risveglio, quando si accendono le luci e ci si chiede dove si aveva lasciato la macchina<sup>38</sup>. Lo stato della consapevolezza, al cinema, è riferito a quanto avviene sullo schermo, e non alle percezioni sensoriali, e anche se si chiama *regista* invece che *ipnotista*, il risultato è il medesimo.

### **8.3. Terza uscita: il ricorso al sintomo.**

I livelli successivi del paradosso sono caratterizzati dalla continuità. Mentre per il riso e per l'ipnosi si tratta di tempi brevi, dove con la risata o col risveglio dalla trance si pone termine alle conseguenze dirette del paradosso, per cui rimangono gli effetti del cambiamento nel contesto, ma torna la consapevolezza e la possibilità di gestire la comunicazione, quando la situazione paradossale è costante allora gli effetti sul contesto comportano cambiamenti che coinvolgono l'intera personalità. Perché si realizzi una condizione del genere, è necessaria la convivenza, e anche una notevole differenza nella capacità di gestione della comunicazione: per questo chi impone è praticamente sempre la famiglia, e chi subisce è praticamente sempre un figlio, maschio o femmina indifferentemente. Occorre anche che si verifichi un'altra condizione: dato che imporre condizioni paradossali è quantomeno faticoso, si rende necessario che ci sia qualcosa che costringa a farlo. Di solito, quando sono i genitori ad imporre una condizione paradossale ad un figlio, o sono a loro volta sottoposti alle influenze di un paradosso, come nell'esempio seguente, o risentono degli effetti del paradosso imposto al figlio, come nell'esempio della famiglia lunga del signor Celestino. Nel secondo caso, quando le conseguenze dei paradossi generano paradossi, si parla di *doppio legame*.

Tocca ora al signor Smeraldi aiutarci a capire: è stato educato all'amore puro, come d'altro canto sua moglie, e da quando si sono sposati l'intimità ventata un problema. Prima del matrimonio la sessualità era per loro vietata dall'educazione ricevuta: entrambi sapevano di uscire dalle norme quando avevano rapporti prematrimoniali, ma lo facevano per amore, e quindi si sentivano complici, e per questo uniti. Ora che sono sposati il sesso è diventato obbligatorio, e per evitare che il coniuge scopra che il vero motivo del matrimonio era il sesso e non quell'amore che giustificava l'infrazione alle norme, entrambi

---

<sup>38</sup> Questo succedeva soprattutto quando al termine del film l'operatore accendeva tutte le luci improvvisamente. Da qualche anno, invece, si è imparato a *svegliare* dalla proiezione in modo più dolce, tanto con i titoli di coda quanto con l'accensione graduale delle luci.

lo fanno come dovere coniugale, con conseguenti notevoli difficoltà. Dato che queste sono reciproche, e che nessuno dei due osa confessare i suoi problemi, ciascuno ritiene che le difficoltà del partner siano dovute alla sua purezza: il signor Smeraldi crede che la moglie acconsenta al rapporto sessuale per fargli un piacere, e non perché le piaccia veramente, e la moglie ritiene che il signor Smeraldi si senta costretto suo malgrado dalle sue pulsioni profonde, senza una vera partecipazione cosciente<sup>39</sup>. Per questo ciascuno si sente sempre di più un perverso, tanto più che le fantasie notturne diventano sempre più oscure, ed il ricorso alla masturbazione, pur nell'ambivalenza, soddisfa maggiormente del rapporto col coniuge<sup>40</sup>. Entrambi quindi si trovano nel contesto paradossale con la contraddizione tra il primo ed il terzo aspetto:

- IO sono perverso/a
- TU sei pura/o
- Nel sesso DEVO simulare un piacere che non ho.

Dato che il vissuto di perversione è inaccettabile, il contesto vira, e si stabilizza verso una formula di questo genere<sup>41</sup>

- TU pretendi da me la perfezione
- IO sono stanco/a
- Quanto mai mi sono sposato/a!

Il nuovo contesto modifica alla radice la relazione all'interno della coppia: quel poco di confidenza che si era sviluppata prima del matrimonio si dissolve, e la vita quotidiana si impoverisce di messaggi, visto che tra il mentire ed il tacere, il secondo costa molto meno fatica.

Naturalmente, in un matrimonio impostato all'amore puro, il figlio arriva subito: per il nostro esempio lo chiameremo Smeraldino. Smeraldino risolve subito il problema del dialogo tra i coniugi: diventa il pretesto per esprimere i rancori reciproci: *Ecco, l'hai fatto piangere! - Non fare così, che lo spaventi*, in un crescendo che ciascuno conosce molto bene per avere sicuramente dei vicini di casa o dei lontani parenti che si comportano in questo modo. (Nel nostro esempio abbiamo ipotizzato la causa dell'amore puro, che è molto frequente nella cultura occidentale: vi sono comunque tantissime altre strade per inserire un paradosso nella comunicazione coniugale e farlo pagare ad un figlio). I signori Smeraldi non possono fare riferimenti espliciti ai torti reciproci, per timore che l'altro si difenda spostando le accuse sul piano della sessualità: per questo le accuse si spostano sul comportamento nei confronti del figlio, e si bada bene di discutere in presenza del figlio, in modo che questo garantisca che il coniuge non ricorrerà agli argomenti dell'intimità. Se questo vale agli occhi dei genitori, dal punto di vista di Smeraldino le cose sono più complesse, e per lui avviene come se i genitori gli chiedessero continuamente: *vuoi più bene al babbo o alla mamma?*. Se il papà vuol portare Smeraldino a spasso, per Smeraldino il problema diventa: *se ci vado do torto alla mamma, e se non ci vado do torto a papà*, indipendentemente dalla sua voglia di andare a spasso. Ogni momento diventa, per il figlio, l'assunzione della responsabilità di essere arbitro tra i genitori, senza avere mai il permesso di abbandonarsi ad un affetto spontaneo.

---

<sup>39</sup> È ancora molto diffuso il pregiudizio per cui la sessualità sarebbe un bisogno incontrollabile per il maschio e controllabile per la femmina.

<sup>40</sup> Diventa comprensibile la ricerca dell'amante: mentre nel matrimonio aumentano le difficoltà, con l'amante si torna complici, quindi alleati contro il resto del mondo, e ci si illude che l'amore sia vero.

<sup>41</sup> Fino a pochi secoli fa, quando l'educazione comportava l'impossibilità di rapporti prematrimoniali e la concessione della sessualità solo in un matrimonio inteso come *remedium concupiscentiae*, il paradosso si risolveva modificando il pregiudizio nei confronti della donna, che veniva considerata colpevole dell'eccitazione sessuale maschile: per questo le si negava il diritto all'anima. La cosa non andava così male nemmeno alla donna, perché in questo modo ci si sottraeva al paradosso, ed il peccato del sesso rimaneva un problema maschile (la donna, non avendo l'anima, non subiva conseguenze dal peccato) che si risolveva dando la colpa alla donna.

In altri termini, Smeraldino viene inserito in un contesto di questo genere:

- IO ho bisogno dell'affetto di papà e mamma
  - TU mamma mi dai affetto solo se rifiuto quello di papà
  - TU papà mi dai affetto solo se rifiuto quello di mamma
- NON posso essere io a decidere.

Fino a che Smeraldino è piccolo, questo contesto è doloroso, ma non paradossale: i bambini non decidono, e non vengono considerati responsabili delle loro decisioni. I problemi sorgono invece man mano il piccolo matura: di solito i primi sintomi compaiono tra i cinque ed i sei anni. Qui Smeraldino si trova costretto a cercare un metodo che lo metta al sicuro dal ricatto affettivo. Prima o poi, per tentativi ed errori, Smeraldino impara che, quando è ammalato, allora entrambi i genitori si preoccupano, e riducono la pressione paradossale, lasciandogli più spazio per una propria gestione della comunicazione. Naturalmente, per una malattia qualsiasi si trova presto la medicina adatta: si rende quindi necessaria una malattia incurabile, e che non limiti troppo, che non si debba stare a letto, che non costringa a rinunciare alle compagnie, eccetera. Oggi la scienza psichiatrica è in grado di proporre a Smeraldino la formula che gli consente di uscire dal paradosso senza stare troppo male: si chiama *nevrosi*. Senza pretendere di ridurre tutte le nevrosi a questa causa, è frequente che lo Smeraldino di turno impari un comportamento sufficientemente strano per stupire i genitori, inducendoli a non castigarlo e a lasciargli prendere il sopravvento almeno di tanto in tanto. Di solito queste forme cominciano con i sintomi più disparati: dall'enuresi notturna all'obesità precoce, a scatti d'ira con lancio di coltelli. Le prime volte i genitori si preoccupano, ma non provvedono: ne approfittano invece per darsi la colpa reciprocamente. Data la stranezza del comportamento, le colpe rimangono ad entrambi, ed entrambi si fanno in quattro per dare attenzione al figlio. Smeraldino allora rincara – inconsapevolmente- la dose, e, dato che procede per tentativi, può cambiare completamente sintomi, con grandissimo imbarazzo del primo medico cui si ha il coraggio di raccontare tutta la storia: dato che Smeraldino non ha studiato psichiatria, mette assieme sintomi di patologie anche incompatibili, pur di ottenere il risultato voluto (sempre inconsapevolmente): quello di spaventare i genitori, così che la smettano, almeno per un po', di ricattarlo affettivamente. Intanto i genitori di Smeraldino si costruiscono la diagnosi. Poiché Smeraldino cresce, ed i suoi problemi diventano sempre più evidenti, non si può non parlarne con amici, parenti, conoscenti, insegnanti e vicini di casa, ed i signori Smeraldi hanno così modo di confezionare l'elenco dei sintomi principali: dall'espressione dell'interlocutore esterno, decidono se il sintomo è grave oppure no. *Fin da piccolo il mio Smeraldino si svegliava di notte piangendo* dice la madre, cui ribatte la vicina *Anche una mia nipote faceva così, ed è finita in manicomio!*, e gli incubi notturni diventano parte dell'elenco da riferire al medico. *Smeraldino è sempre stato violento con i suoi coetanei, fin dall'asilo li picchiava - Buon segno!* tranquillizza la suocera *anche suo padre faceva così, e vedi adesso come è cresciuto bene!*, e la violenza coi compagni viene tolta dall'elenco. Quando si sentono pronti, i genitori consultano uno specialista cui non resta che tradurre l'elenco dei sintomi in un termine tecnico: che si trattasse di una nevrosi si era già sospettato, ma ora si aggiunge anche *di tipo ossessivo-compulsivo*, oppure *dissociativa, maniacale*, eccetera. Lo specialista, a questo punto, è tenuto a somministrare dei farmaci, ed in pratica questo si riduce a due tipi di trattamenti: uno costante (di solito una benzodiazepina<sup>42</sup>, per ricordare a tutti che Smeraldino è malato, e va rispettato come tale, e l'altro riservato alle fasi acute (uno psicofarmaco più forte, variabile a seconda della diagnosi), per evitare che Smeraldino ne approfitti eccessivamente. Ai genitori viene fatto capire che la cosa è più che lunga, e che praticamente non ci sono speranze: bisogna tenerlo così.

Lo ripeto: questo non significa che tutte le nevrosi abbiano origine da un paradosso; però significa

---

<sup>42</sup> Tra i nomi commerciali più noti il *Tavor* ed il *Prazene*

anche molte condizioni di disagio psicologico hanno origine in paradossi che rimbalzano nell'ambiente, coinvolgendo tutti i membri della famiglia.

Per quanto riguarda la comunicazione paradossale, quindi, la terza uscita è la nevrosi: in assenza di trattamento, lo Smeraldino dell'esempio precedente ha il permesso di non sottostare al ricatto affettivo paradossale mediante l'impostazione di una comunicazione nevrotica, come se dicesse *non è che non voglia scegliere tra babbo e mamma, è che sto male: sono nevrotico*. La nevrosi costituisce il prezzo per non essere sottoposto al paradosso.

#### **8.4. Quarta uscita: la perdita dei contatti.**

In alcune situazioni questa via di uscita non viene consentita: il caso più frequente è quando, tra i tentativi per sottrarsi al paradosso, si reca un danno alla società. Se lo Smeraldino di prima, per convincere i genitori che non può scegliere tra padre e madre, ha un accesso d'ira durante il quale scaglia la prima cosa che trova, un coltello, contro suo padre, mandandolo al Pronto Soccorso, allora nessuno crederà che sia solo un nevrotico. O si istruisce un processo, e qualcuno verrà condannato, o si decide subito che Smeraldino è matto. Naturalmente, per il bene di Smeraldino, si evita il processo, ed interviene subito lo psichiatra che, invece delle benzodiazepine, prescrive un butirrofenone come l'aloiperidolo<sup>43</sup> da assumere tutti i giorni, riducendo notevolmente la sua lucidità, e qualche altro farmaco, sia per ridurre gli effetti collaterali, sia per prevenire altri accessi.

Il recupero, in questi casi, è molto più laborioso, sia perché i genitori sono convinti che non ci sia niente da recuperare, sia perché anche l'interessato non è motivato a modificare la sua condizione, tanto più che gli psicofarmaci rendono difficili le decisioni di cambiamento. Tuttavia, se si riesce a ricorrere ad esperti della comunicazione entro il primo mese dall'episodio che ha giustificato l'intervento psichiatrico, ed ottenere che il trattamento farmacologico venga impiegato solo come cura a termine e non come tampone, rimangono molte speranze di recupero totale.<sup>44</sup>

Non sarà mai ripetuto abbastanza: tutto questo non significa che non esistono psicosi, ma solo che spesso i sintomi di una malattia mentale sono dovuti a problemi comunicativi, anche molto differenti dall'esempio appena illustrato.

#### **8.5. Considerazioni intermedie.**

È interessante, a questo punto, notare alcuni punti di somiglianza che collegano le prime quattro uscite.

##### **8.5.1. La reinducibilità**

Esiste un fenomeno, in ipnosi, che consente di risparmiare molto tempo quando si devono effettuare diverse sedute col medesimo paziente: si chiama *reinduzione condizionata*, e consiste nel comunicare al paziente per la prima volta in ipnosi che per tutte le induzioni successive, invece di effettuare la lunga procedura appena svolta, basterà un cenno ben definito per ottenere nuovamente lo stato di trance. In questo modo si può dedicare la prima seduta ad ottenere una trance sufficientemente profonda, e le successive al lavoro (odontoiatrico o psicoterapeutico), dedicando solo pochi istanti alla reinduzione. Data la delicatezza del trattamento ipnotico, la reinduzione condizionata deve essere eseguita con particolari cautele: di fatto succede molto spesso che un paziente che è stato trattato in ipnosi ritorni in trance se assiste ad una conferenza in cui il suo ipnotista accenna ad ipnotizzare in

<sup>43</sup> Di solito il nome commerciale è *Serenase*. – Questo nel 1995. Oggi esistono farmaci meno dannosi e più efficaci.

<sup>44</sup> v. a questo proposito, l'attività svolta dalla dottoressa SELVINI citata in bibliografia

pubblico uno dei presenti.

Questo fenomeno presenta notevoli analogie col riso: chi soffre il solletico sa come basti il gesto che minaccia, senza contatti, per scatenare la reazione. Lo stesso avviene anche con le situazioni comiche: chi ha partecipato ad un avvenimento in cui non ha potuto trattenere il riso, si ritrova immediatamente a dover ridere appena qualcuno inizia la descrizione dell'episodio cui ha partecipato, e ci sono persone che, quando cominciano a raccontare una barzelletta che hanno gustato particolarmente, ridono da soli fin dalle prime frasi.

Le analogie si trovano anche in molti casi di nevrosi e di psicosi. È molto frequente che pazienti diagnosticati come malati mentali abbiano un comportamento praticamente normale fino a che non si imbattono in episodi o situazioni che hanno per loro il medesimo effetto della reinduzione ipnotica o dell'accenno al solletico: per loro questi episodi scatenano la crisi e si rende necessario sedarli farmacologicamente.

Se riflettiamo sulle caratteristiche del paradosso, allora diventa evidente come, chi ha già subito un determinato tipo di paradosso, non esiti a tornare al contesto che gli ha consentito di uscirne la prima volta, anche se questo costa l'assumere un comportamento da nevrotico o da psicotico.

Diventa quindi possibile rispondere anche a chi si è chiesto quale fosse il paradosso che inducesse in trance quando si va al cinema: se pur sono stato convincente nel dimostrare l'esistenza dello stato di trance, ho dovuto rimandare a questa occasione la spiegazione dell'induzione. Al cinema si può notare l'intensità della reinduzione condizionata che risale, per i più, addirittura al tempo in cui la mamma raccontava la fiaba prima di addormentarsi. Ascoltando una fiaba da bambini, il contesto è press'a poco di questo tipo:

- IO ho bisogno di imparare i segreti della vita
- TU sei grande e sai tutto
- TI ASCOLTO per imparare

mentre il messaggio ha tutte le caratteristiche dalla mancanza di realismo, ponendo il bambino nella condizione di subire la contraddizione<sup>45</sup>. Da qui, è facile lo spostamento del vissuto a quello che caratterizza lo stato di ipnosi:

- IO provo le emozioni che mi racconti
- TU mi dici quali emozioni provare
- TI ascolto perché è vero.

Per chi non avesse avuto genitori o nonni che raccontavano fiabe, rimane comunque il contrasto tra lo strumento realistico della fotografia ed il trucco cinematografico, che fa apparire vero ciò che vero non è, imponendo allo spettatore pagante di spendere denaro per farsi raccontare falsità in cui vuol credere, recuperando, ancora una volta, il contesto dello stato di ipnosi.

### **8.5.2. Riduzione del senso di realtà**

Un altro punto in comune a tutte le uscite dal paradosso è costituito dalla distrazione dalla realtà. Il riso e l'ipnosi lo ottengono quasi come obiettivo principale, mentre la nevrosi e la psicosi sono caratterizzate dalla perdita di obiettività. Dato che il contesto che consente di uscire dal paradosso non viene scelto, ma imposto, la variazione costituisce una violenza, e la perdita della possibilità di far

---

<sup>45</sup> Nell'interpretazione delle fiabe fornita da Bruno BETTELHEIM il paradosso diventa ancora più evidente, passando dalla lettura simbolica: la mamma che racconta la storia della strega, che simbolicamente rappresenta la mamma nella versione *cattiva*, comunica al bambino che la mamma sa, in qualche modo, di essere cattiva e che finirà male, ma lo dice con tanto amore e tanta bontà.



riferimento alle proprie percezioni sensoriali per fondare la consapevolezza.

### **8.5.3. Involontarietà**

Ancora un aspetto comune a tutte le conseguenze del paradosso, che diventa comprensibile alla luce di quanto abbiamo visto: l'involontarietà della reazione. Cercare di non ridere per il solletico, o anche per una barzelletta, di non andare in trance, di non piangere assistendo a *Via col vento*, o di non avere una crisi nevrotica o psicotica, è praticamente impossibile. Ci si può riuscire a gran fatica qualche volta (non con l'ipnosi, soprattutto se l'ipnotista è esperto nelle tecniche di contrasto), ma poi si rinuncia e ci si abbandona, perché rifiutare una via di uscita dal paradosso significa rimanere nel paradosso, e questo è inumano.

### **8.6. Quinta uscita: quella definitiva.**

L'ultima uscita dalla comunicazione paradossale è, come abbiamo visto nell'esempio del manager Argenti, il suicidio: anche qui torno a precisare che non è possibile giustificare tutti i suicidi con una comunicazione paradossale. È comunque sospettabile una causa di tipo comunicativo quando è impossibile giustificare altrimenti il gesto estremo, escludendo quindi tanto sintomi correlati solitamente alla depressione (i depressivi sono spesso molto meticolosi e precisi, per esempio) quanto motivi improvvisi di melanconia acuta, come potrebbe essere il termine brusco di una relazione sentimentale anche extraconiugale, ed avendo già scartato l'ipotesi di un tentativo di suicidio orientato a richiamare l'attenzione ma terminato in tragedia, come avviene spesso durante l'adolescenza, e tutti gli altri casi noti alla psicopatologia. Restano quindi ben pochi casi di suicidio giustificabile in termini comunicativi, che tuttavia risultano comprensibili alla luce di una condizione paradossale.

### **8.7. Evitare il paradosso.**

Se ci fosse una ricetta che premunisse dal paradosso, potremmo vaccinare da tutte le nevrosi e le psicosi dovute a problemi comunicativi, ma purtroppo un sistema garantito non c'è. Il motivo per cui posso essere tanto categorico nel negare una speranza sta nel fondamento della comunicazione: come abbiamo visto fin dalle prime pagine, chi decide in merito alla comunicazione è il ricevente, ed è il ricevente che decide anche in merito al paradosso. In altri termini, il paradosso non esiste: esiste un ricevente che si trova nella condizione di subire un paradosso. Se il ricevente fosse in grado di ignorare quella parte del contesto che genera la contraddizione col messaggio, il paradosso, per lui, scomparirebbe.

Molti ipnotisti, pur non avendo approfondito questi aspetti, hanno diffuso l'idea che l'ipnosi sia una questione di potenza della mente, e si travestivano da Mefistofele, con occhi da ipertiroideo, baffi e barbina affilati, unghie lunghe e mani ossute. Tutto questo serviva per accentuare la componente di perdita di controllo che avviene durante l'induzione: una parte del contesto che abbiamo visto determinante per la formazione del paradosso. Oggi, con la diffusione della cultura e la conseguente riduzione della paura di trovare qualche mente più potente, è anche scomparsa questa figura di ipnotista. La perdita del controllo oggi diviene più frequente in seguito all'ansia, ed ecco che gli ipnotisti da spettacolo diventano ansiogeni, con respiro ansimante e perline di sudore sulla fronte, voce tremula e in falsetto, e movimenti incerti. L'importante è che il soggetto riceva un paradosso, e compito dell'ipnotista è creare le condizioni perché aumentino le probabilità che ciò avvenga.

Evitare il paradosso è difficile soprattutto perché la parte pericolosa sta nel contesto: il messaggio, a sé stante, non è mai pericoloso se non viene inserito in un contesto con cui stabilire la contraddizione. I problemi sorgono quando un messaggio acquista significato paradossale in funzione di un contesto

banalmente quotidiano: ho cercato di illustrartene alcuni, in modo che ti sia possibile riconoscerli, ma, ovviamente, non posso garantirti l'immunità. Per questo, ho deciso di aggiungere un'Appendice: nelle ultime pagine di questo libro troverai qualche criterio utile per prendere coscienza del contesto, sia per aumentare la padronanza della comunicazione, che per accorgerti della presenza di eventuali paradossi.

Quando ci si accorge di essere sottoposti ad un paradosso, a meno che non si tratti degli ultimi istanti di vita, diventa sempre possibile scioglierlo: anche nel caso del manager Argenti (tu, come avresti fatto? Io te lo dico nell'Appendice) la presa di coscienza della contraddizione tra messaggio e contesto consente di modificare il contesto ed annullare la contraddizione. Praticamente, si sceglie consapevolmente un'uscita diversa da quelle descritte precedentemente, o cambiando obiettivo, o cambiando pregiudizi, o scegliendo un altro vissuto. È importante, comunque, non far notare a chi ha imposto il paradosso che ci si è accorti della contraddizione, a meno che non si abbia intenzione di litigare. Per far notare il paradosso all'interlocutore, bisogna far riferimento al contesto, ed il contesto non fa parte della comunicazione, ma la comprende: in tal caso, come già notava WATZLAWICK, a quale contesto si dovrà ricorrere per poter trattare il contesto come messaggio?

Molto meglio, quindi, schivare il paradosso di cui ci si è accorti, e proseguire per la propria strada, sperando di riuscire a scoprire anche il successivo.

## **8.8. Il paradosso come trattamento.**

### **8.8.1. Prima di Freud.**

Abbiamo già visto come la comunicazione paradossale consenta anche interventi di risoluzione. Già BREUER, discepolo di CHARCOT e collega di FREUD, aveva ipotizzato che l'isteria fosse una forma di ipnosi, ed aveva messo a punto la sua tecnica dell'ipnosi catartica per consentire un passaggio dall'isteria all'ipnosi e dall'ipnosi al risveglio, anche se in tempi ben più lunghi di una sola seduta. Alla luce della lettura appena proposta, di ipnosi come conseguenza di un paradosso, il contributo di Breuer risulta il primo ad indicare, indirettamente, la sofferenza psicologica come collegata non ad una malattia ma ad un fenomeno educativo, ed il primo a cogliere analogie tra isteria ed ipnosi.

### **8.8.2. La psicoanalisi.**

Sembrirebbe che FREUD, rifiutando l'ipnosi per inventare la psicoanalisi, abbia impostato un sistema psicoterapeutico che non ha niente a che fare con la comunicazione. Invece la tecnica psicoanalitica è densa di paradossi. Per il paziente, infatti, vige un contesto che può essere rappresentato in questo modo

- IO sono costretto dalla mia nevrosi a fare ciò che non voglio e a non fare ciò che voglio
- TU sei capace di guarirmi
- TI FREQUENTO perché tu mi dica cosa devo fare

Per contro, i messaggi dello psicanalista sono in netto contrasto. Da una parte, lo psicanalista ortodosso parla pochissimo, e comunque dimostra indignazione quando il paziente gli chiede *cosa debba fare* per guarire. Dall'altra, lo psicanalista chiede spesso e volentieri che il paziente faccia *associazione libera*: praticamente, che sia spontaneo, dicendo tutto quello che pensa. I due messaggi, *la regola è che io non do ordini e parla come se io non esistessi* sono contraddittori e diventano paradossali alla luce del contesto, consentendo, come unica uscita, quella che gli addetti ai lavori chiamano *transfert*, che è una forma particolare di ipnosi, in cui il paziente utilizza comunque l'analista come riferimento per la propria consapevolezza.

Naturalmente, uno psicanalista si risentirebbe, a vedere tutti i suoi anni di studio ridotti a qualche paradosso, né io intendo sottovalutare la sua fatica: il transfert, anche se spiegato mediante il paradosso, rimane comunque un grosso problema da gestire, soprattutto per chi non lo considera alla luce delle tecniche della comunicazione.

### **8.8.3. L'ipnosi di Erickson.**

Milton ERICKSON, psichiatra ed ipnotista statunitense più recente di Freud (ha iniziato a pubblicare nel 1933), cercava di ottenere in una sola seduta di ipnosi il medesimo risultato di benessere che si raggiunge in anni di psicoterapia, e quasi sempre ci riusciva. I suoi lavori hanno costituito la premessa degli studi sulla comunicazione della Scuola di Palo Alto, e Watzlawick fa spesso riferimento alla sua esperienza. Mentre gli ipnotisti tradizionali utilizzano la trance ipnotica per dare ordini o suggestioni finalizzati alla soluzione del problema, Erickson proponeva situazioni imbarazzanti che, probabilmente, hanno aperto la strada agli studi sull'efficacia dei paradossi. Di fronte ad un enuretico adulto, l'ipnotista tradizionale avrebbe ordinato *un perfetto controllo su ogni muscolo, anche durante il sonno più profondo* o sarebbe ricorso a suggestioni più complesse e mascherate come *il compito di custodire una botticella ben sigillata, fino al risveglio del mattino*. Erickson invece sotto forma di *suggestione ipnotica gli disse che, ritornando a casa, doveva recarsi in una città vicina, e fissare una stanza d'albergo. Doveva farsi servire i pasti nella stanza e rimanervi continuamente fino a quando fossero trascorse tre notti. Entrando nella camera, doveva mettersi a suo agio e cominciare a pensare quanto si sarebbe sentito spaventato e in difficoltà quando la cameriera, come faceva sempre sua madre, avesse scoperto la mattina dopo il letto bagnato. Doveva rimuginare questi pensieri, pensando mestamente alle sue inevitabili reazioni di umiliazione, d'ansia e di paura. All'improvviso, gli sarebbe balenato in mente che scherzo bizzarro e tutto sommato atroce sarebbe stato per lui se, dopo tutti quei pensieri tormentosi, la cameriera avesse trovato un letto asciutto...* (da *Le Nuove Vie dell'Ipnosi*, Op. Cit. pag. 638) Il trattamento, naturalmente si dimostrò efficace, e non sfugge la componente paradossale: se non avesse bagnato il letto avrebbe ottenuto il suo scopo, ma se l'avesse bagnato l'avrebbe fatto in seguito a suggestione ipnotica e non per dipendenza dalla malattia. Le tre notti prevedono che la prima volta il paziente ubbidisca alla prima parte, preparandosi a subire l'umiliazione e provando l'umiliazione, in modo da trovare, la seconda o almeno la terza notte, la motivazione ad ubbidire alla seconda parte dell'ordine, e risolvere il sintomo.

### **8.8.4. La Scuola di Palo Alto e M. SELVINI PALAZZOLI.**

Da Erickson, passiamo a Watzlawick e alla Scuola di Palo Alto, con la Pragmatica della Comunicazione Umana con le indicazioni per un nuovo modo per fare psicoterapia, analizzando la comunicazione invece del profondo.

Il passo successivo in materia psicoterapeutica spetta all'italiana Mara SELVINI PALAZZOLI (1916-1999), docente di psicologia presso l'Università Cattolica di Milano, che ha approfondito le ricerche nella direzione della comunicazione e dell'efficacia del paradosso: utilizzando un metodo messo a punto da lei e dai suoi collaboratori, il *contro paradosso*, risolve con successo i casi di anoressia mentale, coinvolgendo nel trattamento tutti i componenti della famiglia del cosiddetto *paziente designato*. L'intera famiglia viene riunita davanti ad una coppia di terapeuti, che, coadiuvati da mezzi audiovisivi, studiano le caratteristiche della comunicazione tipiche di quel gruppo. In una seduta successiva, dopo aver analizzato gli aspetti più significativi, sono pronti per inserire variabili comunicative, i *contro paradossi*, che costringano l'intero gruppo familiare a modificare le interazioni reciproche. La scelta dei contro paradossi è finalizzata a liberare il *paziente designato* dalle pressioni comunicative che lo costringono a presentarsi come ammalato, ottenendo così la scomparsa del

sintomo.

### **8.8.5. I Corsi di Formazione Personale.**

Un cenno infine anche ai Corsi di Formazione Personale: per scelta, abbiamo evitato i paradossi che premettano condizioni di tipo ipnotico, in modo da non stabilire alcuna forma di transfert. Anche la qualifica di *corso*, e non di *psicoterapia*, presuppone che non ci sia da affidare la psiche, ma solo da imparare. La presenza di molti insegnanti contemporaneamente, che possono occuparsi di un singolo allievo o di tutto il gruppo, ma sempre presenti, evita la possibilità che la predisposizione di un allievo ad allacciare un transfert trovi un terreno che la lasci sviluppare. Il Direttore del Corso ed i suoi Assistenti sono invece formati alla consapevolezza della comunicazione, riuscendo ad essere consapevoli del contesto e ad amministrarlo: in questo modo l'insegnamento diventa altamente individualizzato, preciso e rapido, ottenendo un altrettanto rapido apprendimento, non solo in termini di messaggi ma anche a livello di contesto in quanto influenzato dal messaggio. Tutto questo consente di insegnare in tempi molto brevi come affrontare le tematiche che costituiscono la motivazione ad affrontare il Corso, con verifiche pratiche tanto durante il Corso stesso quanto dopo il termine<sup>46</sup>.

### **8.8.6. Prospettive.**

Chiedo scusa ad eventuali altre iniziative che approfondiscano la tematica della comunicazione per conseguire miglioramenti nelle persone, e che non ho citato semplicemente perché non ne sono al corrente: sarò ben felice di citarle nelle successive edizioni di questo libro.

Nella selva delle tecniche psicoterapeutiche presenti oggi (1994) sul mercato, ancora disordinate nonostante la recente creazione di un Albo degli psicoterapeuti, la teoria della comunicazione è ancora molto assente: benché ogni intervento psicoterapeutico si risolva in un fatto comunicativo, ai più sembra più importante conoscere le metodiche impiegate dai Maestri fondatori di ciascuna scuola che non capire come mai abbiano conseguito dei risultati apprezzabili. È quindi immaginabile che occorra tempo prima che si riconosca agli studi sulla comunicazione il ruolo che compete loro, e questo lavoro vuole essere uno dei tanti modi per accelerare questo processo.



---

<sup>46</sup> Questo tipo di corso non è più in programmazione. Per ulteriori informazioni, contattare il sottoscritto.

## 9. Conclusioni.

In questa breve carrellata sulla comunicazione ho cercato di fornirti gli elementi per comprendere molti fenomeni di psicologia e di psicopatologia quotidiana ed ho mirato a farti raggiungere i seguenti obiettivi.

### 9.1. ***La psicologia può avvalersi anche della logica.***

Si dimentica spesso che fino ad ora la psicologia si è fondata esclusivamente sulla statistica che, non a caso, costituisce anche uno degli esami più portanti nel corso di laurea. Non esistono leggi, in psicologia, ma solo osservazioni, e quando un comportamento appare collegato ad un altro più spesso di ogni altra coincidenza, allora se ne desume una legge, o una regola, o un criterio. Addirittura, ma non deve scandalizzare, non è chiaro come faccia uno psicoterapeuta a guarire una nevrosi: lo psicoterapeuta stesso si affida molto di più alla sua correttezza nell'applicare le regole che ha imparato che non ad un controllo logico del suo operato. Avviene cioè in psicoterapia ciò che succedeva agli alchimisti che, non potendo disporre di una struttura logica come la chimica, imparavano ad ottenere determinati risultati registrando la sequenza delle loro azioni, ottenendo quello che oggi rimane la *ricetta* per la culinaria. La ricetta alchimistica, ma anche gran parte della metodologia psicoterapeutica, consiste nella sequenza delle azioni da svolgere per conseguire un determinato risultato, senza sapere quali siano indispensabili e quali no, quali siano determinanti e quali siano solo coreografiche. La cosa non deve scandalizzare perché anche in medicina le cose non sono molto differenti, e sono pochissimi i farmaci che, somministrati ad un gran numero di pazienti affetti dalla medesima malattia, ottengano il medesimo effetto per ciascuno dei pazienti.

Lo studio della comunicazione può essere visto un po' come la chimica per gli alchimisti: consente di collocare i fenomeni all'interno di uno schema teorico dove siano consentite previsioni, e dove sia possibile dedurre dalla differenza tra previsione e realizzazione, quali variabili vadano prese in considerazione.

Questo non significa poter trasformare tutta la psicologia in una scienza esatta: semplicemente, si apre la strada per poter distinguere qualche aspetto, e, per quanto ricade sotto i problemi solubili mediante la teoria della comunicazione, avere a disposizione strumenti più precisi.

### 9.2. ***La psicologia diventa più comprensibile.***

Se non ti sei spaventato per qualche parolone che mi sarebbe costato troppo eliminare, probabilmente ti sei meravigliato per alcune semplificazioni di fenomeni che eri abituato a considerare molto complessi: a volte, forse, hai anche avuto il sospetto che la mia premura di rendere semplici le cose abbia prevalso, nascondendo qualche aspetto troppo complicato. La miglior dimostrazione della reale semplificazione che avviene ricorrendo alla teoria della comunicazione è costituita dal fatto che fino ad oggi nessuno dei miei Assistenti ai Corsi di Formazione Personale è laureato in psicologia: anzi, nessuno è laureato, e sono pochi i diplomati. Ciò non toglie che siano efficienti e che gli allievi siano soddisfatti del loro lavoro. Questo perché, per comprendere la psicologia necessaria per i Corsi di Formazione Personale basta la teoria della comunicazione, e la teoria della comunicazione è, come hai visto, molto semplice. Devo comunque notare, per correttezza, che non delego ai miei assistenti il compito di decidere se un allievo troverà o meno vantaggio dai Corsi di Formazione Personale. Per accettare l'iscrizione occorre una competenza molto più vasta, e fino ad oggi solo io mi sono assunto

questa responsabilità

### **9.3. La comunicazione è un fenomeno complesso.**

Se la psicologia diventa semplice, la comunicazione si complica: essere capiti non è facile, ed è un problema di chi ha interesse ad essere capito, anche se è chi ascolta che ha il coltello dalla parte del manico. Per aumentare le probabilità di essere capiti, occorre imparare ad utilizzare il contesto, e per questo il libro è corredato di un'Appendice per qualche suggerimento pratico. Per chi usa contesti del tipo

- IO ...
- TU non mi capisci quindi non mi ami
- SE mi dai ragione ho ottenuto quello che volevo e se mi dai torto è perché ce l'hai con me.

si tratta sicuramente di una fatica inutile, ma se sei arrivato a questo punto vuol dire che ti interessa capire ed essere capito, e ti varrà la pena di dedicare qualche sforzo anche per aumentare le capacità pratiche.

Non solo per chi si occupa di attività educative, come i genitori, gli insegnanti, gli psicoterapeuti, i medici, ma anche per i rapporti di tipo commerciale diventa sempre più importante essere in grado di ascoltare gli altri, in modo da acquisire gli strumenti per farsi capire, mentre chi non è in grado di farsi intendere dovrà rassegnarsi sempre di più a subire le decisioni degli altri.

### **9.4. E per finire...**

È un po' come quando, dopo una piacevole serata, ci si congeda: le solite formalità per nascondere l'emozione di una separazione. È vero. Questa volta ho parlato solo io, ma non credere che non ti abbia ascoltato. Anche se non ci siamo mai visti, ho cercato di immaginarti e di rivolgermi personalmente proprio a te. Per questo, ti auguro di tutto cuore che anche la fatica che hai appena terminato sia densa di soddisfazioni!

Ciao, da Sandro Zucchelli.

## 10. Cenni bibliografici.

- BANDLER, R. GRINDER, J. "La struttura della magia" Astrolabio 1981
- BERNE, E. "A che gioco giochiamo" Bompiani 1974 Milano
- BERNE, E. "Analisi Transazionale e Psichiatria" Astrolabio 1971
- BERNE, E. "Fare l'amore" Bompiani 1971 Milano
- BERTALANFFY, L. "Teoria generale dei sistemi" Istituto Librario Internazionale 1971 Milano
- BETTELHEIM, B. "Il mondo incantato" Feltrinelli 1977 Milano
- BUL', P. I. "Ipnosi e suggestione" Giunti e Martello 1979 Firenze
- CAPOZZA, D. "La semantica di Osgood e la tecnica del differenziale semantico" Orut 1966 Trento
- ERICKSON, M. H. ROSSI, E. L. ROSSI S. I. "Tecniche di suggestione ipnotica" Astrolabio 1979
- ERICKSON, M. H. "Le nuove vie dell'ipnosi" Astrolabio 1978
- FALLETTA, N. "Il libro dei paradossi" Longanesi 1989 Milano
- GULLOTTA, G. "Commedie e drammi nel matrimonio" Feltrinelli 1976
- HALEY, J. HOFFMAN, L. "Tecniche di terapia della famiglia" Astrolabio Roma
- HALEY, J. "Terapie non comuni" Astrolabio 1973
- HARRIS, T. A. "Io sono OK, Tu sei OK" Rizzoli 1974 Milano
- LAING, R. "Nodi" Einaudi 1974 Torino
- LORENZ, K. "L'aggressività" Il Saggiatore 1969 Milano
- LORENZ, K. "L'anello di Re Salomone" Adelphi 1967 Milano
- McGILL, O. "The encyclopedia of genuine stage hypnotism" Abbott's Magic Novelty Co. 1947 Colon, Michigan
- OSGOOD, C. E. SUCI, G. J. TANNEBAUM, P. H. "The Measurement of Meaning" Urbana 1957 Illinois
- PAGES, M. "La vie affective des groupes" Bordas 1975 Paris
- PAVESI, P. M. A. MOSCONI, G. "Tecniche e applicazioni della ipnosi medica" Piccin 1974 Padova
- RHODES, R. "Manuale di ipnotismo" Astrolabio 1966
- ROGERS, C. "On becoming a person: a therapist's view of psychotherapy" Houghton Mifflin Sentry Edition 1970 Boston
- SATIR V. "Psicodinamica e psicoterapia del nucleo familiare" Armando
- SCARPELLINI, C. ZUCHELLI, A. "Capacità mentali: tecniche di indagine" in: SCARPELLINI, C. STROLOGO, E. "L'Orientamento: problemi teorici e metodi operativi" La Scuola Editrice 1976 Brescia
- SELVINI PALAZZOLI, M. BOSCOLO, L. CECCHIN, G. PRATA, G. "Paradosso e controparadosso. Un nuovo modello di terapia della famiglia" Feltrinelli 1981 Milano
- TESTE, A. "Manuel pratique de magnetisme animal" Bailli 1846 Paris
- WATZLAWICK, P. HELMICK BEAVIN, J. JACKSON Don D. "Pragmatica della comunicazione umana" Astrolabio 1971
- WATZLAWICK, P. WEAKLAND, J. FISCH, R. "Change" Astrolabio 1974
- WATZLAWICK, P. "America istruzioni per l'uso" Feltrinelli 1985 Milano
- WATZLAWICK, P. "Di bene in peggio" Feltrinelli 1987 Milano
- WATZLAWICK, P. "Istruzioni per rendersi infelici" Feltrinelli 1983
- ZUCHELLI, A. "La pragmatica della comunicazione nel Training Autogeno Analitico" in: AA.VV. "Il Training Autogeno Analitico - contributi" 1984 Valbrembo (BG)
- ZUCHELLI, A. "Teoria dell'ipnosi" Cicl. in proprio per la Scuola Superiore di Formazione in Psicoterapia 1982 Cremona