

n° 9 I modelli

SOMMARIO:

Editoriale sui modelli di Leonardo Benvenuti

Apparenza e con-fusione di Hazem Cavina

Il modello medico, ovvero cronaca di una giornata di ordinaria follia all'interno di un ospedale di provincia di Daniela Bellucci

Un modello di comunicazione-PAPA KAROL SOCIOTERAPEUTA NAIF

Un nuovo e antico modo di fare conoscenza e dare risposte efficaci-La gente lo vuole "subito santo" di Raffaele Facci

Modelli e automatismi di Maurizio Covarelli

Modelli: pilastro del marketing di Patrizia Marani

Felicità e tecnologia di Maurizio Covarelli

Sobrietà di Maurizio Maccaferri

Riflessioni sui numeri precedenti

Amore del piacere e fuga dal dolore di Antonio Rizzuto

Modelli comportamentali:

Paradiso e inferno di Daniela Bellucci

Editoriale sui modelli

(di **Leonardo Benvenuti**)

L'argomento di questo numero della rivista ci ha interessato fin dal momento della sua proposta, tuttavia, all'inizio, non ha suscitato particolare entusiasmo. Poi l'interesse è andato maturando man mano che la riflessione si è approfondita.

Che cosa è un modello? Il senso comune spesso lo considera come un concetto autoevidente che spazia dalla indicazione di una persona che sfila mostrando al pubblico una serie varia di indumenti; ad una figura linguistica che serve ad illustrare una o più nozioni; ad uno strumento oratorio o espositivo la cui utilità è legata al fatto di tradurre in metafore o in richiami ad argomenti ritenuti più familiari concetti di difficile comprensione; a schemi organizzativi di quanto conosciuto;...ecc.

In questo numero proveremo a dare un minimo di organicità a tale concetto.

In socioterapia il concetto di modello fa comunque riferimento al fatto che:

- si tratta di un'entità, linguistica o meno, collegata simbolicamente ad un referente, anche non empirico, appartenente ad un ambiente determinato o determinabile: in altri termini questo vuole dire che il modello può essere costituito da insiemi di parole, o di immagini, o di persone, o di oggetti che possono appartenere sia a quello che viene chiamato l'ambiente sia ad una disciplina formale come la matematica o la logica;
- rientra all'interno di quella che viene chiamata una capacità rappresentativa e, dunque, rientra in quella teoria della rappresentazione che è una delle componenti fondamentali della socioterapia. Ricordo che un modello risulta caratterizzato dalle due dimensioni della rappresentazione (R), quella cognitiva (I) e quella affettiva (Inv.Aft.) con una possibile eventuale accentuazione o dell'una o dell'altra;
- essendo un'entità virtuale o empirica gode della facoltà della simmetria: modello e referente possono essere, di volta in volta, modello l'uno per l'altro e viceversa;
- infine, diviene fondamentale il tipo di legame che collega modello e referente che può essere sostanziale o formale: nel primo caso, il collegamento è contenutistico, come nel caso in cui si paragoni una società ad una piramide, o all'esercito, semplicemente per indicare che un'organizzazione sociale dovrebbe avere un capo ed un'organizzazione gerarchica, i limiti di tale uso del modello devono, però essere chiari così sarebbe ridicolo voler calcolare la superficie laterale di una piramide gerarchica; nel secondo caso, il collegamento modellistico riguarda solo il percorso logico che collega premesse e conclusioni, come quando si dice che una certa affermazione è "matematica", per indicare

che il legame tra le varie parti di ciò che si sta dicendo ha le stesse caratteristiche di coerenza di quello “formale” della matematica. Naturalmente non è sufficiente proporre un legame possibile tra modello e referente, esso deve anche dimostrare la propria utilità e la propria fertilità all'interno della teoria che viene considerata principale, o referente.

Altrimenti sono solo parole al vento, o un modo più o meno furbesco per condizionare il prossimo a partire dalla fiducia nel modello indebitamente richiamato.

In questo numero affronteremo una serie di contenuti, che spazieranno da un'analisi storico-filologica del termine modello, rispetto al consumo e rispetto ai valori religiosi e/o laici.(H.Cavina); al suo impiego per indicare la capacità dei media, e del cinema in particolare, di funzionare come stimolo per un'imitazione che, al di là di una condanna come elemento condizionante i più deboli, può anche essere vista come elemento importante per comprendere alcuni dei più profondi stati di disagio di cui potrebbero essere portatori proprio coloro che si fanno condizionare, ma non solo loro (P.Civiero); alla visione del concetto di modello estremamente realistica di un padre che deve funzionare come tale nei confronti del figlio (R.Pallini); ad un dubbio sui modelli esistenti in campo medico che prende una persona nel momento in cui si trova a vederli sperimentati su persone care (D.Bellucci); ad una riflessione sul pontefice appena scomparso, come modello apparentemente solo spontaneo ed invece come tale impregnato di una profonda carica contemporaneamente cognitiva ed affettiva (R.Facci); allo sport come modello non solo della dimensione corporea, ma come enorme metafora educativa allo stile di vita dei singoli sistemi societari (M.Maccaferri); all'influenza che i modelli sono capaci di esercitare nella vita quotidiana e quindi al dilemma sul chi scelga chi e cioè se siamo noi a scegliere lui o, piuttosto, se sia lui a scegliere noi per mezzo delle sue capacità di fascinazione (M.Bennici); in questo senso interessante appare un contributo che si rivolge proprio ad un uso autoreferente della certezza formale – matematica – dei modelli (M.Covarelli).

Seguono due riflessioni, una sui modelli di sviluppo con riferimento particolare alla singolarità cinese (M.Maccaferri), e l'altra – personalmente molto partecipata dall'autrice – sull'alcol come strumento di subordinazione delle persone alle logiche di vendita dei produttori di alcolici in nome di “falsi modelli di prestigio e di fascino” (P.Marani). Infine vi sono tre contributi il primo dei quali affronta un dubbio molto importante che, probabilmente, rende problematici i sonni di tanti, soprattutto se giovani: rispetto a due modelli contrapposti di ordine e di caos, quello dell'impiegato inglese e quello del punk, è possibile stabilire un criterio di analisi ed, eventualmente, di scelta? (R.Masetti); segue un commento-recensione sul testo *Sobrietà* di Francesco Gesualdi, allievo di don Milani, nel

quale si avanzano una serie di proposte che ognuno di noi, singolarmente, può mettere in atto per scongiurare la crisi sistemica che si sta scatenando senza aspettare riforme macro-strutturali che sembrano ben lontane dal venire (M.Maccaferri); l'ultimo introduce una nota di originalità rispetto ad una riunione della nostra redazione particolare (M.Covarelli).

Apparenza e con-fusione

di **Hazem Cavina**

Probabilmente nella nostra società è da tempo che i valori predominanti sono quelli del denaro e del successo ad ogni costo, ma oggi a causa dell'esplosione delle comunicazioni di massa, in primis la televisione, al servizio della logica del profitto, i modelli che vengono veicolati alle generazioni nuove e meno nuove sono quelli che sono funzionali alla pubblicità in una società opulenta, in cui cioè il consumo è prevalentemente, se non esclusivamente, estetico.

Renato Barilli (Corso di estetica, Il Mulino, Bologna, 1995, p. 16) ci ricorda che "(...) il termine fu proposto per la prima volta dal tedesco Baumgarten nell'opera omonima, pubblicata nel 1750, riprendendo una radice verbale greca, "aisth" (...) legata all'idea del sentire, ma non col cuore e col "sentimento", bensì con i sensi, con la rete delle percezioni fisiche"; analogamente, il modello della pubblicità è un modello di consumo estetico in cui è l'immagine, l'apparenza che diventa caratteristica fondamentale del modo di vivere e di relazionarsi.

In questa radicalizzazione della spaccatura tra l'essere, il sentire con i sentimenti, e l'apparire all'esterno, in altri termini nella spaccatura tra l'affettività della persona e il suo dover apparire legato all'immagine di sé che fornisce a se stessa e all'esterno, risiede probabilmente la genesi di quel disagio che può presentarsi quando la concretezza materiale e la complessità del nostro rapporto con l'ambiente e con il corpo presenta il conto all'illusione virtuale dell'apparenza, della pura estetica mostrandoci così che l'essere umano è irriducibile al modello estetico.

Herbert Marcuse (L'uomo a una dimensione. L'ideologia della società industriale avanzata, Einaudi, Torino, 1967, p. 31) ci ricorda che: "I mezzi di (...) comunicazione di massa, le merci che si usano per abitare, nutrirsi e vestirsi, il flusso irresistibile dell'industria del divertimento e dell'informazione, recano con sé atteggiamenti e abiti prescritti, determinate reazioni intellettuali ed emotive che legano i consumatori, più o meno piacevolmente, ai produttori, e, tramite questi all'insieme. I prodotti indottrnano e manipolano; promuovono una falsa coscienza che è immune dalla propria falsità. (...) È un buon modo di vivere - assai migliore di un tempo - e come tale milita contro un

mutamento qualitativo”. In questo passaggio a mio avviso risiede una delle possibili spiegazioni di un curioso paradosso e cioè che nella società dell’abbondanza materiale vi sia scarsità di felicità: da questa prospettiva è l’abbondanza quantitativa che crea la necessità dell’apparenza estetica come motore della propensione al consumo e quindi della produzione; ecco perché la pubblicità - come tecnologia comunicativa che singolarmente propaga un prodotto e nell’insieme un modo di vivere – può essere considerata fonte di modelli che fanno del denaro, del successo, dell’apparenza estetica, della possibilità di consumo e/o dell’ostentazione di ciò, il motore principale delle nostre azioni.

È questo il modello di vita prevalente, quello che tende ad influenzare e plasmare molti dei modelli ai quali possiamo fare riferimento per le nostre condotte, le nostre scelte e le nostre strategie quotidiane ed è proprio quando la scala dei valori vede al primo posto l’estetica, l’apparenza, la necessità di rincorrere modelli che separano l’uomo dalla sua globalità per ridurlo all’estetica, che diventa possibile quella condizione di paradossale infelicità della e nella abbondanza materiale.

Karl Marx (L’ideologia tedesca. Critica della più recente filosofia tedesca nei suoi rappresentanti Feuerbach, B.Bauer e Stirner, e del socialismo tedesco nei suoi vari profeti, in K. Marx e F. Engels, Opere, Editori Riuniti, 1972, vol. V, p. 27) sostiene che “le idee della classe dominante sono in ogni epoca le idee dominanti; cioè, la classe che è la potenza materiale dominante della società è in pari tempo la sua potenza spirituale dominante. La classe che dispone dei mezzi della produzione materiale dispone con ciò, in pari tempo, dei mezzi della produzione intellettuale”. Probabilmente quindi, rileggendo Marx, possiamo sostenere che sono gli interessi dei produttori sia di oggetti materiali che di cultura ad influenzare alcuni modelli di consumo prevalentemente estetici oggi dominanti. Ma si può forse sostenere anche che il modello non segue il consumo ma lo precede: non è l’averne possibilità di consumo che crea uno stile di vita ma è il modello socio-culturale che determina quella specifica produzione, caratteristica della nostra società, mirata all’estetica. È in questo senso che, al contrario di quanto sostiene H. Marcuse ne “L’uomo a una dimensione” (op. cit.), il modello può essere pensato come precedente il consumo, come condizione a monte della produzione mirata all’estetica. La stessa distinzione tradizionale tra valore d’uso (il valore funzionale del bene) e valore di scambio (oggi oltre che il valore commerciale anche il valore estetico o simbolico del bene) si rivela essere interna al modello estetico in quanto non necessaria, non utile, né possibile all’interno di un precedente modello con-fuso (cfr. L. Benvenuti, Malattie mediali, Bologna, Baskerville, 2002) in cui valore d’uso e valore di scambio non sono virtualmente

separati come nel modello estetico. Sembrano, inoltre, rientrare nel modello estetico dell'apparenza sia i regimi capitalisti che quelli comunisti poiché entrambi presentano la medesima logica di fondo, quella del profitto, della creazione di plusvalore, della distinzione tra valore d'uso e valore di scambio e probabilmente finiscono con il differenziarsi, all'interno dello stesso modello, solo per la modalità storica di redistribuzione del reddito all'interno della società.

La dicotomia a livello macro tra apparenza e con-fusione può essere forse interpretata a livello micro come un continuum tra due poli in cui si posizionano idealmente i modelli, intesi come un insieme di valori (che, secondo A. Bagnasco, M. Barbagli, A. Cavalli, Corso di sociologia, Il Mulino, Bologna, 1997, p.124, essendo "sempre in qualche misura trascendenti rispetto all'esistente, indicano cioè un dover essere che va al di là dell'essere, una tensione verso uno stato di cose ritenuto ideale e desiderabile (...)", sono cioè legati ad un discorso etico, nel senso che si inseriscono all'interno di un codice di autoregolamentazione dei comportamenti della persona, e morale, nel senso che si riferiscono non solo alla persona stessa ma ad una autorità esterna che può essere sia religiosa (Dio) che laica, ad esempio la Costituzione) e di desideri che ispirano e influenzano la condotta, le aspirazioni, le scelte; modelli che sono molteplici ma che sembrano caratterizzarsi per una crescente incapacità di rendere la persona fertile, in grado di sviluppare le proprie potenzialità e di costruire intorno a sé relazioni possibili e importanti tenendo conto dell'ambiente materiale e sociale con il quale deve rapportarsi, man mano che essi si posizionano più vicino al polo dell'apparenza. Ecco allora che è nell'analisi micro che si mettono in luce quelle possibilità e quelle contraddizioni che l'analisi macro nasconde nei suoi riduzionismi; è nella intrinseca incapacità di generare felicità per le persone che perseguono il modello dell'apparenza che può risiedere il motore dell'azione che spinge le persone, o almeno una parte di esse, al cambiamento teso verso una sostanziale diversità che non è né un'apparenza differente né un tetro ritiro nel privato ma, come sostiene Benvenuti (Malattie Mediali, op. cit., p. 353) una situazione in cui "il singolo deve imparare a determinare i confini della propria realtà, rispetto al mondo in cui si trova inserito, e questo richiede un'analisi riflessiva su se stessi e, rispetto ai propri contenuti, sulle fonti possedute e sul tipo di legami nel rapporto interno/esterno. (...) l'empatia diviene lo strumento metodologico che permette di rappresentarsi, senza essere patologici, e quindi di trattare se stessi in modo non autoreferente, non autocentrico e/o non narcisistico, ma autoterapeutico".

Il modello medico, ovvero

cronaca di una giornata di ordinaria follia all'interno di un ospedale di provincia.

di ***Daniela Bellucci***

È quasi mezzogiorno, il vassoio col pranzo è già arrivato, ma mia nonna non si sveglia. Ha gli occhi e la bocca chiusi. Se le parlo, però, risponde: a fatica, mi dice che sì, vorrebbe mangiare, ma poi non ce la fa. Anche stamattina presto, quando mio padre è arrivato, non era sveglia. Sedata. Ma perché? E con che cosa? Mio padre ha chiesto alle infermiere, ma nessuno gli ha risposto, finché la caposala lo ha accompagnato a ricevimento dal primario. È ricoverata da 3 giorni, ma solo la notte scorsa si è agitata molto, quindi “è stato necessario sedarla”. Il primario si raccomanda di non disturbarla (?), di lasciarla dormire (!), e rassicura mio padre che l'effetto del farmaco svanirà completamente nel primo pomeriggio. Ovviamente la nonna non pranza, e non si sveglia nemmeno nel 'primo pomeriggio'. Sono rimasta io con lei e con le mie domande:

1. quanto sedativo le hanno somministrato se, all'alba delle 15 ancora non riesce a parlare né ad aprire gli occhi?
 2. perché nessuno ha risposto alla domanda di mio padre per ben 5 ore?
 3. perché proprio la scorsa notte è stata sedata? Considerato che è già stata ricoverata 10 giorni fa per una frattura scomposta all'omero e non è mai stato necessario sedarla?
- Sono, a dir poco, indignata per il non rispetto della persona ricoverata che si accompagna al non rispetto per i suoi famigliari, che sono, almeno nel nostro caso, oltremodo disponibili a collaborare coi professionisti in vista dello scopo comune: la salute della paziente.

Antecedenti. La nonna ha 92 anni, è caduta 2 settimane fa, ha subito un intervento all'omero con ricovero di circa 1 settimana. Dimessa, è rimasta a casa 3 giorni, poi è stata nuovamente ricoverata per difficoltà respiratorie. La seconda volta, un medico più accorto, a dover essere molto educati, l'ha visitata meglio e le ha riscontrato anche una frattura al bacino, prima non diagnosticata (!). Ogni giorno, al mio arrivo in stanza, chiedo sempre alle altre pazienti come hanno trascorso la notte. L'unico comportamento 'anomalo' della nonna da loro segnalatomi, è che tende a scoprirsi dalle lenzuola, ma loro provvedono sempre a ricoprirla. Nella stanza si è creato un clima solidale tra le ospiti, per cui, le più fortunate, quelle autosufficienti, si occupano e pre-occupano delle altre, in assenza dei famigliari. Sento una dottoressa, parla ad alta voce nel corridoio con la parente di una compagna di stanza di mia nonna. Mi assicuro che sia la referente giusta e

mi accodo, pazientemente. È giovane, direi sui 40 anni al massimo; mi presento come la nipote della sig.ra 'nome e cognome'. La dott. ssa si volta e mi chiede: "letto numero?"...da dietro sopraggiunge un'infermiera che le risponde: "27!". "Bingo!"- mi verrebbe da dire, ma resisto. Primo segnale: la nonna non è più una persona, è un numero. Chiedo alla dott.ssa cosa le hanno somministrato e perché. Prontamente, cerca di scaricarmi, ricordandomi che mio padre ha già parlato in mattinata col primario, e prosegue il suo giro nel corridoio. Secondo segnale: la dott.ssa cerca di evitare la relazione con me. La rassicuro che mio padre mi ha aggiornato sul colloquio col primario, ma non ho ancora capito cosa ne pensa lei, in qualità di medico referente. È guerra. Lei mi parla dell' 'anziano ospedalizzato', che è molto spesso disorientato, impaurito, agitato, di anziani che hanno tentato il suicidio buttandosi dalle sponde del letto. La fermo rassicurandola che non conosco 'l'anziano ospedalizzato', ma conosco molto bene mia nonna e mi sembra molto strano che dopo 2 ricoveri consecutivi, proprio la notte scorsa sia stata così tanto agitata. "Un ventenne con doppia frattura, omero e bacino, allettato per 2 mesi, sarebbe meno agitato di mia nonna?"- penso ad alta voce. Sferro il colpo finale: le chiedo perché nessuno ha pensato di avvisarci o di chiederci, in quanto famigliari, se la nonna avesse mai preso qualche altro psicofarmaco ed in quali dosi. Esasperata, la dott.ssa mi dice: "senta, vuole venire lei a fare la notte a sua nonna? Le faccio subito il permesso!" Terzo segnale: la persona ricoverata è totalmente in carico alla struttura sanitaria ed al personale che vi lavora, il quale però dovrebbe essere formato a comunicare coi parenti in modo costruttivo, ovvero per il bene del paziente. È questo il modello medico di cui tanto ho sentito i miei docenti universitari parlarci? È con questo modello che dovremmo noi futuri psicologi, o aspiranti tali, sapere entrare in relazione? Temo di sì. I futuri medici sono addestrati a riconoscere sintomi, decodificarli e ricondurli ad un quadro clinico-patologico, ma non lo sono a comunicare con le persone di cui si occupano né coi loro famigliari. Che io sappia, ad oggi, non è previsto alcun insegnamento all'interno dei corsi di laurea in medicina che abbia per oggetto la comunicazione, la relazione medico-paziente e le relative dinamiche. Professionisti o meno, prima o poi tutti nella vita ci troviamo a fare i conti con medici più occupati a difendere la loro immagine, con tutti gli attributi culturali annessi al ruolo professionale, come ragione, potere e prestigio, che non a capire le condizioni globali dei pazienti che hanno in carico. Dunque? Che fare? È sicuramente più facile a dirsi, ma credo che noi per primi non dobbiamo mai perdere di vista la persona, che siamo noi o qualcuno a noi vicino, e anteporre i suoi diritti piuttosto che le sue specificità a qualsiasi

altro discorso. Oggi si parla molto di integrazione socio-sanitaria, intendendo la realizzazione di una rete di comunicazione e progettazione comune tra servizi sociali e sanitari, col fine unico di offrire ai cittadini prestazioni, interventi e cure che abbiano i caratteri della continuità e della efficacia, e che siano rispettosi della globalità della persona. Ma la persona è veramente al centro?

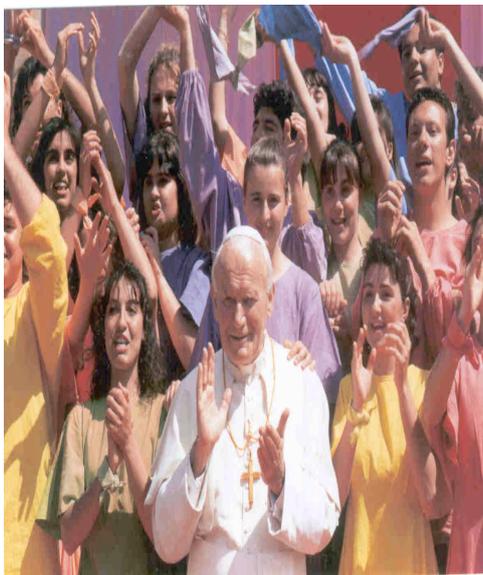
Un modello di comunicazione

PAPA KAROL SOCIOTERAPEUTA NAIF

Un nuovo e antico modo di fare conoscenza e dare risposte efficaci

La gente lo vuole “subito santo”

di **Raffaele Facci**



“Esperto in umanità”. Così la Borrero, vaticanista spagnola, sintetizza Giovanni Paolo II.

Quella che segue è una proposta di lettura del modo di essere e porsi nella vita di Karol Wojtyła. Questa modalità è più tipica di una cultura orale (o neo-orale, come sta diventando la nostra) che di una società tipografico-borghese. Appena eletto: “...se mi sbaglio mi correggerete...” Il pensiero, pur se impropriamente, corre alla infallibilità papale, a certi clichè di sacralità e lontananza dal mondo della figura del pontefice romano...

Simpatico questo papa che saluta e scherza dalla finestra del suo studio, che discorre coi giornalisti sull’aereo, tra una trasferta e l’altra. Che appare al balcone e incoraggia, con energia: “Non abbiate paura”. Che si appoggia al supporto della papa-mobile (ancora scoperta) e dialoga. Che dialoga ancora inserendosi e intercalando tra gli slogan o i canti di folle immense di giovani. Che, seduto attorno a un tavolo vuole invitare: “Adesso facciamo le cose così...” Tutto ciò è bello, invitante, conquista. Ha usato se stesso affettivamente per cambiare comportamenti, inviare messaggi, proporre, sollecitare...: il papa, la sua persona era il medium. Un modo, inusuale nella tipologia, di trasmettere attualizzando e rendendo efficace ciò in cui credeva: l’annuncio evangelico. Alla fine non riesce a parlare. Questa volta arriva nelle nostre case un anziano, un malato che ha qualcosa da dire, che è significativo. Tuttavia anche questa volta arriva utilizzando la

dimensione affettiva. Nel rapporto col mondo, a partire dalla fede, si muoveva come chi fa scienza con un atto unitario di approccio all'ambiente. Cioè non scindeva l'aspetto cognitivo da quello affettivo: era l'unità dell'approccio che lo metteva in condizione di conoscere e di rispondere. “La gloria di Dio è l'uomo vivente” dice la Scrittura. Come papa era a 360 gradi sul mondo: un rapporto a tutto campo, nei confronti della vita. Ciò si coniugava al suo approccio al quotidiano; tutto gli interessava: “L'amore mi ha spiegato ogni cosa, l'amore ha risolto tutto per me. Perciò ammiro questo amore dovunque Esso si trovi.” La percezione evangelica gli affinava quel tipo di risposta alla vita che non può essere ideologica perché non riesce ad accettarsi come parziale e settoriale. Altrimenti siamo nella eresia. Eresis è scelta, è priorità data ad un aspetto che porta squilibrio al tutto, alla sua percezione e fruizione. L'esperienza come polacco e come prete lo induceva al superamento della ideologia marxista. Dopo aver lavorato a questo intento, individuò nel consumismo il vero nemico della fede, così come nello sfruttamento dell'uomo sull'uomo. Tutto mi interessa: questo aspetto, coniugato con la modalità unitaria di approccio sopramenzionata, ha prodotto quel tipo di conoscenza non settoriale in grado di far scienza in un modo sconosciuto alla scienza occidentale contemporanea, figlia del positivismo, ma un tipo di conoscenza ben presente nelle epoche precedenti e nelle altre culture a noi contemporanee non trasformate dalla nostra. Noi, nelle culture occidentali, facciamo scienza considerando unicamente l'aspetto cognitivo. Escludiamo l'aspetto affettivo che pure ci ha fatto considerare e catturare il primo. La percezione unitaria, come sappiamo in socioterapia, è fatta dell'Immagine (aspetto cognitivo) + l'Investimento affettivo sull'immagine. In questo si costituisce una rappresentazione corretta, altrimenti la nostra R risulta appiattita sulla I. Le caratteristiche cognitive vengono enormemente potenziate, ma anche sterilizzate. Rese asettiche e sterili. Questo, alla fine non fa vera conoscenza e scienza. Porta ad una percezione univoca dell'ambiente, come pure ad un intervento parziale su di esso. Papa Wojtyla, nella specificità di approccio della fede cristiana, quindi secondo una modalità referente, coglieva tutto l'uomo. La risposta che ne veniva scaturiva da una volontà di promozione della vita educata in modo non autoreferente che generava una azione congrua e fertile (felix). È ciò che lo ha accreditato e continuerà ad accreditarlo, pare, non solo presso i cattolici. Nei giorni del dolore e della morte del papa, attraverso i nuovi media, il mondo si è stretto attorno a San Pietro facendo riferimento ad un uomo significativo. Parevano diradarsi le divisioni e, almeno per qualche giorno, le televisioni hanno ricordato gli uomini nel segno della pace, della prossimità ad un padre

morente che li aveva voluti e li voleva fratelli.

La vita ha mostrato che vi è bisogno

di leaders, non di idoli: in questo senso il papa ha fatto di sé un modello.

Modelli e automatismi

di **Maurizio Covarelli**

La riflessione sui modelli è stata tema di dibattito e di approfondimenti durante gli incontri che il giovedì sera il nostro coordinatore Leonardo Benvenuti ha tenuto presso il centro di accoglienza serale S.A.T. (Servizio Assistenza Tossicodipendenti, un centro di volontariato per persone con problemi di dipendenza patologica che nulla ha a che fare con i servizi pubblici che avevano preso tale nome in alcune regioni d'Italia).

Anche se in questa sede non mi soffermerò sugli sviluppi emersi durante tali incontri, nonostante la tentazione sia forte, ho introdotto l'argomento perché vorrei riprendere una frase, pronunciata da uno dei partecipanti che, se all'apparenza potrà sembrare banale, è, a mio parere, densa di significati.

La frase è: "...non avrei mai immaginato che

potessero esserci altri modelli oltre a quello matematico perfetto!"

Incuriosito dell'affermazione, ho cercato di approfondirne il significato con il partecipante, il quale mi ha ribadito la sua perplessità relativa alla validità empirica di modelli diversi e magari in conflitto col suo.

Ma di quali e di quanti valori vengono caricati i modelli nella nostra cultura? Siano estetici, formali, contenutistici, essi forniscono molto spesso un motivo essenziale ed uno stimolo potenziale per l'azione. Ogni fase della nostra vita, ogni gruppo a cui apparteniamo, ogni ambito da cui proveniamo, ci propone modelli, l'adesione ai quali, spesso, diventa prescrittiva per l'inserimento comunicazionale e relazionale.

E quale definizione può essere associata al modello?

Collegandosi all'ipotesi socioterapeutica, il modello può essere considerato un sistema di rappresentazioni, ad alto contenuto affettivo, che diventa riferimento ideale nel momento in cui il singolo deve interpretare e qualificare (Inv. Aft.) altre immagini ambientali (I), e/o orientare di conseguenza la propria azione.

Perciò, per estendere la riflessione,

il modello diventa veicolo di connessione intersoggettiva nel momento in cui la persona deve riconoscersi all'interno di un determinato ambiente, affermare la propria appartenenza, comunicare con esso.

A questo punto però vorrei porre un quesito: l'insieme simbolico di cui il modello si fa promotore, risponde solo ad esigenze formali e contenutistiche di relazione, oppure, in alcuni casi, può diventare anche un

riferimento personale privilegiato, semplificando quel processo auto-riflessivo di comunicazione con sé stessi che porta a ridurre e gestire la complessità esterna e perseguire, comunque, l'auto-identificazione? La domanda potrebbe essere riproposta inserendo il modello stesso all'interno della logica dell'auto-referenza - "L'autoreferenza cerebrale è un indubbio artificio evolutivo che netta il nostro sistema nervoso centrale in condizioni di potere funzionare sulla base delle informazioni provenienti dai sensi senza doversi confrontare direttamente con l'esterno ma questo rende la dimensione cognitiva (...) il vero punto forte e, contemporaneamente, il tallone di Achille di un organismo", L. Benvenuti 2002:216 - ed al particolare tipo di organizzazione simbolica ad essa associata. In questo caso, quando le sollecitazioni quotidiane dell'ambiente (esterno) pretendono una risposta immediata, un modello di comportamento ideale può forse fornire "...una scorciatoia che ci permette di giungere presto a ciò che vogliamo; non di agire con la massima saggezza di vivere, ma di seguire il più breve cammino logico o causale per ottenere ciò che si desidera..." (G. Bateson 1976:448), ed allo stesso mantenersi immutati (interno). L'ipotesi auto-referenziale di una chiusura operata dalla persona rispetto alle informazioni provenienti dall'esterno, può risolversi nella ricerca "di un consiglio" per l'azione all'interno, orientandosi verso il proprio sistema di rappresentazioni ideale (modello), che peraltro può non richiedere di essere messo in discussione. Se pensiamo ad esempio ad una persona che sperimenta ripetutamente (automatismi) risposte verso l'ambiente con tale logica interpretativa di tipo strumentale, e cioè semplicemente usando modelli, considerandola ottimale perché "perfetta", risulta verosimile credere che egli si attenda una risposta altrettanto efficace, anche se spesso ciò viene smentito dall'esperienza. Per proporre un esempio: a chi non è capitato di risolvere, testardamente, un problema o un'emergenza utilizzando sempre lo stesso modello di comportamento, e, nel caso in cui esso si fosse dimostrato inefficace, fatto curioso, di accusare un'altra persona o il destino crudele del suo fallimento, piuttosto che mettere in discussione tale modello? Seguendo tale ragionamento, l'indebita estensione del modello logico-matematico, su cui probabilmente il partecipante aveva già investito affettivamente perché considerato unico e infallibile, ha portato ad identificarlo come quello ideale da imitare: cosa c'è di meno contestabile e di più auto-referente del modello matematico, che con una serie logica di operazioni interne conduce inequivocabilmente al risultato atteso? Per analogia il soggetto utilizza il proprio patrimonio di rappresentazioni per progettare l'azione, pilotato dalla logica matematica in una realtà ad hoc e cioè una "... realtà ... (simmetricamente pensata come) ambito differenziato di

lettura dell'ambiente in funzione di una o più teorie, intese come organizzazioni sistematiche di RR" (confrontare in particolare il paragrafo: La simmetria ovvero la radice della contrapposizione tra oggettività scientifica e creatività, in L. Benvenuti 2002:164). La mia riflessione è che, in questo caso, l'investimento affettivo con cui i modelli vengono qualificati nella logica dell'auto-referenza, possa essere condizionato dall'illusione della perfezione. L'illusione sta nel fatto che, dichiarata o no, la perfezione è intrinseca ad ogni forma ideale di esistenza, in quanto autocostruita, ed il fatto di perseguirla con estenuanti processi auto-riflessivi, potrebbe diventare una vera fonte di disagio.

Modelli: pilastro del marketing

di **Patrizia Marani**

Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità, l'alcol è il terzo maggior fattore di rischio per la salute nei paesi industrializzati, e il killer numero 1 dei giovani in Europa: una morte su quattro di ragazzi fra i 15 e i 29 anni è correlata all'alcol. Segnala sempre l'OMS (Who: Global Status Report 2004) che le abitudini alcoliche dei giovani sono cambiate. Nei paesi mediterranei tradizionalmente si assumevano alcolici solo durante i pasti. Ora i giovani tendono a seguire uno schema di consumo più in voga nei paesi nordici. Vale a dire che l'alcol ha assunto ovunque il ruolo di catalizzatore sociale, con un consumo 'spalmato' su tutto l'arco delle 24 ore. Il consumo d'alcolici in gran parte dei paesi industrializzati è in declino nella totalità della popolazione, ma in crescita fra i giovani le donne. Quali sono i fattori che hanno provocato tali mutamenti?

Come non vedere in questi preoccupanti dati il successo di un'industria - quella degli alcolici - che ha adottato un marketing aggressivo e globale, mirato segnatamente ai giovani? Un'indagine nazionale sul consumo degli alcolici in Nuova Zelanda mette in evidenza come il 50% della quantità di alcolici consumata nel paese sia assunta dal 10% dei consumatori per la maggior parte ragazzi fra i 18 e i 24 anni. I giovani dopo i 25 anni, a mano a mano che si sposano e mettono assieme figli e mutuo da pagare, tendono a bere meno. Quindi, per mantenere



costante il livello di profitti, i produttori d'alcolici devono reclutare sempre nuovi bevitori fra i più giovani. Ma come? I produttori d'alcolici sono viepiù industrie multinazionali globali che puntano ad imporre modelli di consumo globali e globalmente veicolati tramite la pubblicità televisiva e il cinema. Il target di questo marketing è plurimo: ad un tempo, i giovani, i genitori e i politici. Tre piccioni con una fava! Il primo obiettivo è quello di 'normalizzare' l'uso degli alcolici. Questa 'politica' mira ad arruolare un numero sempre maggiore di giovani bevitori e a far sottovalutare a genitori e politici la reale pericolosità di una sostanza che nei soli USA miete circa 100.000 morti l'anno, con costi sociali valutabili attorno ai 130 miliardi di dollari. In Europa, fra i soli giovani, ne muoiono 55.000 ogni anno (OMS). Ma da dove viene questa negazione generalizzata della pericolosità degli alcolici? L'Organizzazione Mondiale della Sanità considera le restrizioni sulla disponibilità degli alcolici le politiche più efficaci di riduzione dei danni collegati all'alcol, fra le quali l'età minima per l'acquisto e le tasse al consumo, che influenzano sia il costo degli alcolici sia i livelli di consumo, soprattutto fra i giovani. Malgrado ciò, l'età minima legale in Italia per il consumo d'alcolici è 16 anni, e non vi sono limiti all'acquisto in negozi e supermercati. E l'Italia non è certo l'eccezione in Europa. Le multinazionali degli alcolici sono politicamente molto potenti. Il loro giro d'affari è enorme. Nei soli USA ammonta a 65 miliardi di dollari l'anno, due miliardi dei quali sono spesi in pubblicità. Il risultato di questo sforzo multimilionario annuale di promozione è quello di limitare il riconoscimento pubblico degli alcolici come droga promotrice di malattia, scrive Christine Lubinski del National Council on Alcoholism di Washington. Gli alcolici non vengono identificati come droga! E ancora: "Nel 1988 I birrifici hanno pagato circa il 10 per cento... di tutte le sponsorizzazioni di eventi sportivi, concerti rock, e feste universitarie di primavera, che generalmente attraggono un vasto pubblico di bevitori minorenni."

L'industria normalizza il consumo d'alcolici sottolineandone la 'legalità' e il bisogno di educare i giovani a non abusarne, spostando quindi la percezione di rischio dalla sostanza alla scelta individuale. "La pubblicità crea un clima in cui atteggiamenti pericolosi rispetto all'alcol sono presentati come normali, appropriati e innocui. Peggio ancora, l'alcol viene collegato a quelle qualità e attributi che l'uso errato della sostanza diminuisce e distrugge: felicità, ricchezza, prestigio, sofisticatezza, successo, maturità, abilità atletica e virilità, creatività e soddisfazione sessuale." Afferma Jean Kilbourne, studioso dei mass media. Il messaggio che passa è che sia OK per i ragazzi ubriacarsi. Bere è divertimento, fattore aggregante, è rito di passaggio alla vita adulta. Ma gli alcolici non sono merci qualsiasi, bensì pericolose droghe psicoattive.

L'ultima frontiera per persuadere i

giovanissimi e le donne sono gli alco-pops a base di alcolici e succhi di frutta: il messaggio è: “bevi, che ti fa bene, perché l'alcool è diluito con il succo di frutta che ti dà anche la mamma”. L'inesorabile declino del consumo di alcolici da parte del nocciolo duro, i giovani maschi che entrano nella vita adulta responsabile, ha mobilitato anche il reclutamento massiccio fra le donne. La pubblicità associa il consumo d'alcolici a modelli femminili salutisti, indipendenti e professionalmente di successo, copiando un modello pubblicitario già consolidato dal boom di consumi generato dall'industria del tabacco. Tristemente, il consumo d'alcol diviene il surrogato di quell'avanzamento sociale per cui le donne hanno tanto lottato, come la magrezza delle flappers degli anni '20 muta in anoressia e schiavitù.

Inoltre, sono innumerevoli i film in cui i protagonisti bevono (e fumano): dal divertimento alla disperazione, il rimedio è il medesimo, si ricorre alla bottiglia. Citiamo un film precursore dell'ondata successiva; Casablanca. Nel film, l'affascinante Humphrey Bogart ricorre incessantemente agli alcolici (e alla sigaretta) ad ogni benché minimo cambiamento d'umore. Secondo uno studio Usa di 200 film e 1000 canzoni, attori e cantanti assumono droghe, bevevo o fumano nel 98 per cento dei maggiori film e nel 27 per cento delle canzoni più popolari degli anni '96 e '97. Sennonché i film e la musica americani hanno una diffusione globale. Ma non illudiamoci, anche quelli nostrani non scherzano. Basti ricordare Vasco Rossi e la sua 'vita esagerata' o il famoso inno alla 'coca' (cola).

Il problema della pubblicità degli alcolici non è stato sino ad ora affrontato seriamente dalla classe politica mondiale, tanto è il potere esercitato da queste temibili multinazionali. La Nuova Zelanda ne è un esempio pratico. Dal 1989, grazie alla lobby dei produttori degli alcolici, i governi neozelandesi hanno adottato politiche di sempre maggiore liberalizzazione della vendita e della pubblicità. In Europa per lo più si parla di autoregolamentazione della pubblicità degli alcolici. In Italia, un divieto foglia-di-fico vieta la pubblicità televisiva nella fascia dalle 16 alle 19. Lungo le strade, la pubblicità è libera. I siti web dei produttori confezionano ai prodotti un'aura di tradizione, di ritualità di consumo. Quello del Bacardi sbarra l'accesso ai minori di 16 anni chiedendo di digitare la data di nascita. Io sono entrata digitando una data fittizia. Le etichette sulle bottiglie, lungi dall'avvertire della pericolosità come avviene per i pacchetti di sigarette, sono attraenti e nel caso degli alco-pops, vivacemente colorate e, alcune, addirittura effigiano fumetti. L'alcolismo è un



fenomeno complesso e non ci s'illude di eliminarlo eliminando o semplicemente regolamentando la pubblicità degli alcolici. Tuttavia le restrizioni o l'eliminazione della pubblicità potranno rinforzare l'uso informato di questa pericolosa droga psicoattiva senza la disinformazione e quei falsi modelli di prestigio e di fascino promossi dai produttori di alcolici.

Sobrietà

di **Maurizio Maccaferri**

Da diversi anni il fenomeno del “consumismo” nel mondo occidentale è oggetto di analisi e riflessioni approfondite. Il dibattito che si è sviluppato intorno a questo fenomeno, ormai definito come modello di comportamento, e agli stili di vita derivati si arricchisce continuamente di nuovi contributi. In questo filone si colloca indubbiamente l'ultimo libro di Francesco Gesualdi, pubblicato dalla casa editrice Feltrinelli e dal titolo sin troppo evocativo: “Sobrietà”. L'autore, già allievo di Don Milani, è fondatore e coordinatore del Centro Nuovo Modello di Sviluppo di Vecchiano (Pisa) ed è da anni impegnato alla ricerca di nuove formule economiche in grado di estendere a tutti la soddisfazione dei bisogni fondamentali. La tesi che pervade tutta l'opera di Gesualdi è molto semplice e chiara: il livello di produzione e di consumo del mondo occidentale sta portando sull'orlo del tracollo sociale e ambientale il nostro pianeta. I fattori scatenanti tale tracollo vanno ricercati in un modello di sviluppo che causa una crescente disuguaglianza tra nord e sud del mondo, dove il primo continua ad arricchirsi a spese del secondo e soprattutto a spese di un ambiente sempre più deturpato e depredato delle sue risorse principali. Fino a qui non si aggiunge niente rispetto a tante riflessioni ed analisi che ci vengono soprattutto dal cosiddetto mondo “no-global”. L'analisi di Gesualdi si fa invece più interessante ed originale quando l'autore inizia a proporre soluzioni per far fronte a questo stato di cose. Con uno stile fin troppo diretto e altrettanto provocatorio, ci ricorda che l'alternativa principale per uscire dal modello di sviluppo fino ad ora dominante risiede in uno stile di vita, la sobrietà, appunto, che la parte più ricca del pianeta dovrebbe adottare. Sobrietà che può benissimo essere sintetizzata in cinque “parole d'ordine”: ridurre, riutilizzare, riparare, riciclare, rallentare. Tali azioni devono caratterizzare in prima istanza non solo e non tanto il livello macro - le politiche e le strategie dei grandi governi - ma anche e soprattutto il livello micro, ovvero la vita quotidiana di ognuno di noi, le scelte – anche quelle apparentemente più banali - che in ogni momento compiamo. Dall'utilizzo della

bicicletta e dei mezzi di trasporto collettivi all'evitare gli sprechi alimentari, dal riciclaggio di ogni materiale alla raccolta differenziata dei rifiuti e all'attenzione verso le produzioni locali, Gesualdi ci mostra attraverso esempi concreti in cosa dovrebbe consistere adottare uno stile di vita sobrio, che soddisfi in maniera equilibrata tutte le nostre esigenze. Il passaggio dal micro al macro comporta quella che l'autore definisce "un'economia del bene comune", in grado di soddisfare i diritti di tutti rinvigorendo gli investimenti pubblici e togliendo spazio al ruolo del mercato. Anche in questo campo Gesualdi porta una serie di esempi per dimostrare come ciò sia possibile senza dissanguare le casse degli stati. L'utilizzo di fonti di energia rinnovabili, in primis l'energia solare, l'attenzione verso le economie locali, la finanza etica, la cooperazione sociale e internazionale, la tassazione ecologica verso produzioni inquinanti sono tutte buone pratiche che consentono risparmio e miglior utilizzo di risorse pubbliche. Gesualdi si spinge oltre quando propone un'economia comunitaria "fai da te", orientata all'autoproduzione in ogni possibile ambito di vita – anche se gli esempi sono soprattutto in campo alimentare - e considerata un buon antidoto alla disoccupazione crescente. Un altro esempio è quello delle banche del tempo, dove non ci si scambia denaro bensì prestazioni – esempio assistenza ad un anziano in cambio di ripetizioni scolastiche, ecc.

Il libro si conclude affermando l'importanza di tradurre tutto ciò in azioni politiche, utilizzando gli strumenti delle campagne di pressione e di boicottaggio, tanto più efficaci se condotte in maniera congiunta e paritaria da cittadini del nord e del sud del mondo.

A tratti un po' semplicistico, sicuramente non più innovativo rispetto ad altre opere – tra tutte ricordiamo il Manuale del Consumo Critico pubblicato periodicamente dal Centro Nuovo Modello di Sviluppo – il libro di Gesualdi è comunque importante perché ci ricorda i limiti di politiche economiche che non tengono conto della limitatezza delle risorse del nostro pianeta. Adottare uno stile di vita sobrio significa passare – come dice il sottotitolo del libro – "dallo spreco di pochi ai diritti per tutti". Significa mettere in atto da parte dei cittadini del nord del mondo comportamenti sostenibili, ovvero più parsimoniosi, più puliti, più lenti, più adatti ai cicli naturali, in modo da liberare risorse da destinare al sud del mondo e consentire uno sviluppo più equo per questa parte del pianeta.

Riflessioni sui numeri precedenti

Amore del piacere e fuga dal dolore

di Antonio Rizzuto

Nell'opinione comune, credo sia ben chiaro quanta influenza abbiano il piacere ed il dolore nel determinare le azioni umane. Altrettanto chiaro è come sia presente all'interno di tutti noi esseri umani la speranza, il desiderio, il bisogno del primo ed, al contempo, il timore, lo spavento, l'orrore del secondo. Ed è, infine, chiaro come tutti questi moti dell'animo diano il "la" a tutte le azioni umane.

Ma ciò che mi chiedo è se esista una definizione esaustiva dei termini "piacere" e "dolore". Ciò perché, a mio avviso, non si riesce a racchiuderli all'interno di una determinata categoria ed, anzi, mi pare che, al di là di alcune definizioni che fanno consistere il piacere nella "coscienza di qualche nostra perfezione" (Descartes) o nel "sentimento della perfezione" (Wolf) o nella "avidità dell'anima per la produzione delle sue idee" (Sulzer) o, infine nella "sensazione che l'uomo vuol piuttosto avere che non avere" (Maupertuis) ed il dolore nel loro contrario, molteplici altre possono essere le spiegazioni rispetto ad entrambi. Essi, secondo me, assumono una sorta di significato soltanto nel momento in cui io provo piacere o dolore, e riesco a definire cosa vuol dire a livello intimo, in quella determinata circostanza, piacere o dolore, i quali, dunque, in quanto moti dell'animo non sono altro che una componente psicofisica di noi esseri umani, lontanissima da potersi spiegare o definire con le parole.

Come faccio, ad esempio, a spiegare ad una persona il piacere che sto provando nel momento in cui sto facendo qualcosa di gradevole o nel momento in cui mi è capitato qualcosa di stupendo? Quale definizione potrei dare rispetto a queste ipotesi? Rispetto a queste evenienze potrei soltanto giungere alla conclusione che sicuramente esistono piaceri e dolori sia fisici che morali, ma nulla di più!

Inoltre, il piacere o il dolore rispetto ad un determinato avvenimento (piacevole o doloroso) da me vissuto, sarà sicuramente diverso da quello che potrebbe provare un'altra persona posta di fronte allo stesso avvenimento. Voglio, in altre parole, dire che è in base a quella che è la nostra rappresentazione del piacere o del dolore che varia l'intensità di entrambi. Ogni uomo, inoltre, avendo una propria idea del dolore e del piacere è anche giudice di ciò che eccita in lui la sensazione di piacere o di dolore. Ma ciò che non siamo abituati a fare, è a scomporre gli elementi che formano le nostre sensazioni al fine di rintracciare quale sia la chiave comune alle tante e svariate sensazioni che ci danno piacere ed a quelle che, al contrario, ci provocano dolore. E ciò perché, come

dicevo, siamo condizionati tantissimo da quelle che sono le nostre rappresentazioni, metabolizzate a livello interiore, ma solitamente prodotte da uno stimolo esterno che, tramite i nostri organi sensoriali, viene trasmesso al cervello ed elaborato dalla coscienza. Mi chiedo dunque, a questo punto, quale soluzione possa trovarsi di fronte al quesito: “ma sarà mai possibile non cadere nella trappola di quello che è il titolo di questa mia riflessione”? Parlo di “trappola” perché rappresenta, in alcuni casi, un grosso rischio il cercare di sfuggire ai dolori che la vita ci riserva andando a cercare il piacere non fine a se stesso, ma “ricercato”, pur di non affrontare una determinata situazione di “fatica”. Come ricorda Leonardo Benvenuti, in precedenti incontri e in un precedente editoriale, al termine “piacere” potrebbe essere associata una radice comune a quella del germanico “placcare” e tale considerazione porrebbe in rilievo un’ipotesi molto valida relativa al fatto che non è ricorrendo ad una copertura con una patina di metallo prezioso intorno ai dolori che si riesce a sfuggire ad essi o ad eliminarli.

In altre parole, se io per provare piacere ricorro a metodi “veloci” e se, oltretutto, questi metodi li adotto per scacciare una situazione di dolore, fisico o morale, in tale caso a nulla vale tutto ciò in quanto potrei ritrovarmi, di lì a poco, in una situazione di maggiore frustrazione. Il ricorso a sostanze stupefacenti, all’alcol, a qualsiasi altro tipo di dipendenza insegna quanto detto perché è tipico, ad esempio, del tossicodipendente il cercare piacere in una sostanza che di fatto è, come dice Benvenuti, “inanimata”. Assume una propria valenza, rispetto all’assuntore, soltanto per il livello di investimento affettivo da questi riversato sulla sostanza stessa. Ma si tratta pur sempre di un piacere fittizio che nulla riconosce se non la lenta distruzione dell’individuo stesso.

Arrivati a questo punto, e per esperienza personale, preferisco convivere con i miei dolori in un’ottica costruttiva e pensando sempre che qualche momento piacevole, tutto sommato, lo si riesce a vivere, comunque e sempre, senza dover ricorrere a qualsivoglia additivo proposto dall’esterno.

Ad esempio, ho provato “piacere” nello scrivere questa mia riflessione.

Modelli comportamentali:

qualche riflessione di una profana non addetta ai lavori.

di **Eugenia Rastelli**

“Non uscire dai ranghi” può essere una buona regola di vita per chi non vuole trovarsi in situazioni imbarazzanti o isolarsi dal contesto sociale. Riuscire sempre a mantenere il

proprio ruolo all'interno della società conservando il modello comportamentale idoneo al ruolo stesso permette di poter vivere sereni nel seno della famiglia e della scuola, prima, della società e del lavoro, poi.

Quando ci scegliamo un ruolo, una parte da recitare o ci viene imposta, chi ci circonda si aspetta che noi ci comportiamo esattamente così. Una madre di famiglia non può che dedicarsi completamente alla cura della propria famiglia sacrificando a marito e figli, il proprio lavoro, i propri hobbies o le proprie aspettative di vita personali. Generalmente si sente frustrata sul lavoro perché sente continuamente il rimorso per il tempo che passa al lavoro e che sottrae ai figli, quindi cercherà di eludere lavori troppo impegnativi o che richiedano orari non compatibili con i bisogni familiari, non si permette trasferte non si permette straordinari, vive ogni istante del tempo libero con la famiglia. Una cena di lavoro non è ammessa a meno che non sia possibile portare almeno un membro della famiglia, gli amici si scelgono e si mantengono sempre in comune con gli altri membri del clan familiare in modo da restare sempre inseriti in un contesto protettivo ed ovattato. E' chiaro che i progressi professionali si fanno con gli anni sempre più difficili sotto tutti i punti di vista, la crescita culturale ne è ovviamente compromessa per cui tenderà ad adagiarsi in un posto di lavoro che le richieda sempre meno sforzo o comunque un minimo necessario "routinario". Un posto statale o un posto da insegnante con tanto tempo libero diventano dunque scelte obbligate, in questo modo potrà avere il tempo da spendere in famiglia fino a quando i figli non se ne andranno e non avrà altra scelta che continuare la sua, in fin dei conti, eroica routine quotidiana, magari continuando a far "pesare" ai propri figli le proprie scelte mancate.

Una donna che non giochi questo ruolo in questo modo, che eluda il modello comportamentale tacitamente imposto vuoi dall'educazione vuoi dalle tradizioni, può trovare mille difficoltà mille accuse di trascurare la casa il marito ed i figli. Una donna-mamma che cerchi di bilanciare le sue attività extra familiari con le esigenze casalinghe si troverà prima o poi a dover fare i conti con una suocera o una madre non comprensiva o un datore di lavoro ottuso o un marito scocciato. Un uomo che abbia altresì un comportamento di disinteresse per la famiglia e prevalente interesse a carriera e lavoro è invece perfettamente dentro i canoni giusti. Per cui a nessuno verrà mai in mente di contestare un uomo manager che passa tutta la settimana lontano dal focolare domestico e si fa magari vedere per qualche ora durante il week-end sempre che i suoi impegni per il tempo libero, i suoi hobbies glielo consentano, il tutto senza il minimo rimorso. L'uomo si occupa di lavorare e guadagnare per la famiglia fuori casa, questo è il suo compito, un uomo-casalingo è assolutamente inconcepibile nella nostra società cattolica

fondamentalmente ancora patriarcale. Anche nell'ambito lavorativo esistono ben determinati schemi comportamentali da seguire, a chi non vi si attiene viene assicurato l'isolamento. Il rispetto cieco e acritico dell'autorità costituita è uno dei fondamenti per non avere "guai" anche in caso si abbia a che fare con superiori assolutamente inetti o incapaci di svolgere le proprie mansioni; non è ammesso "sgarrare". In certi luoghi di lavoro (specialmente in ambienti statali o pseudo tali) dove non è premiata la produttività o l'iniziativa, ma si preferisce optare per uno status quo cristallizzato e fermo perché di più facile gestione e mantenimento, non essendoci problemi di guadagno o lucro, aver una personalità propria, idee proprie è assolutamente deleterio e contro produttore in quanto mette in crisi il sistema. Avere iniziativa significa distinguersi dalla massa che compone il sistema e significa minare alla base l'immobilità del tutto; è come smuovere acque stagnanti, si rischia in buona sostanza di far emergere situazioni e problematiche di cui tutti sono a conoscenza, ma che nessuno ha la voglia o la capacità di affrontare. Chi entra fresco di studi e di entusiasmo in questa tipologia lavorativa si trova subito avvolto in una ragnatela di personaggi che sono ormai consolidate colonne del sistema e che hanno creato una serie di taciti accordi tra loro, per cui ognuno tende a ritagliarsi propri spazi vitali e propri interessi a scapito della produttività. In sostanza chi è a capo del sistema si accontenta di una bassa produttività in cambio di un tacito consenso da parte dei propri collaboratori che, a loro volta, per poter lavorare con ritmi ed esigenze proprie, si adattano ad accettare le regole imposte senza esporsi a pericolose critiche. In sostanza si crea una sorta di complicità tra dirigenza e sottoposti, gli uni non disturbano gli interessi dell'altro e ognuno dorme il sonno del giusto. Non ha importanza se il sistema finisce per funzionare male, l'importante è che almeno in apparenza il tutto "giri". Chi non si adatta subito a questo modus vivendi, è immediatamente riconosciuto come "sovversivo", diverso e da isolare, per cui o si adatta in fretta o non ha altra soluzione che quella di andarsene. Non ha importanza se ha buone capacità o è in grado di svolgere bene il lavoro, deve adattarsi al modello richiesto, questo è il parametro più importante.

Chi ha scarse capacità o per qualche ragione non può permettersi un'occupazione migliore preferisce adattarsi al modello e questo basta per renderlo idoneo all'ambiente. E' ovvio che in un sistema così scarsamente selettivo gli elementi migliori, quelli più creativi e produttivi tenderanno ad andarsene ed il sistema si impoverirà sempre più di stimoli positivi rimanendo sempre più cristallizzato nel suo "modello".

La capacità di adattamento dell'Uomo è in generale straordinaria, nel senso che riesce a ad assumere la forma voluta a suo piacimento come un camaleonte, tuttavia non è

possibile sempre rinnegare se stessi, anche quando si scende a compromessi con il proprio io prima o poi dovrebbe scattare una molla, che però non sempre scatta. Le persone più attive e sensibili, quelle più creative, gli artisti, i mistici o gli uomini di cultura o di scienza arrivano spesso in diversi momenti della loro vita ad avvertire una forma di disagio, una sorta di “male di vivere” o per dirla con Baudelaire di “spleen” quando si accorgono dello sdoppiamento tra modello imposto e personalità propria, quando si accorgono che il modello che hanno ritagliato addosso è loro stretto come un abito di una taglia sbagliata. Il più delle persone non si accorge di questo, per fortuna o per sfortuna dipende dai punti di vista, forse per mancanza di sensibilità, di cultura o semplicemente per apatia e vive la sua vita nel suo modello come una farfalla nel suo bozzolo, contenta del suo piccolo ed insignificante microcosmo.

Generalmente le persone che faticano ad adattarsi ai modelli comportamentali tendono ad avere più problemi nei rapporti con gli altri, spesso sono dei “disadattati” o degli “eremiti”, persone un po’ strambe, poco “inquadrate”, poco serene.

Ricordo una recente intervista ad un noto cantautore italiano (Zuccherò Fornaciari) il quale sosteneva che non voleva essere sereno, voleva continuare a complicarsi la vita con il suo continuo disagio perché anche se lo tormentava era però la fonte inesauribile della sua creatività, ciò che lo faceva “creare”. Egli sosteneva che il raggiungimento della serenità può essere considerato alla stessa stregua di essere arrivati in un banchetto alla frutta, cioè all’ultima portata. La serenità in sostanza è l’adattamento al modello comportamentale che però non può fornire stimoli di miglioramento e di progresso perché è il raggiungimento di un livello di “plateau” o per dirla in termini marineschi, di calma piatta.