

Psicoanalisi e comunicazione mediatica: difficoltà e potenzialità

Cosimo Schinaia

Abstract

L'articolo propone una riflessione su potenzialità e limiti della comunicazione massmediatica degli analisti. Dov'è sono le modalità di "stare in campo" in televisione, nei social media e sulla carta stampata. Una conoscenza dei diversi specifici linguaggi comunicativi permette che il discorso psicoanalitico venga trasmesso in modo che i fruitori possano avvantaggiarsene, rifuggendo dall'accettazione passiva o dal rifiuto preconcepito. Una presenza non altezzosa, disponibile al confronto, anche se rigorosa e selettiva può favorire una presenza della psicoanalisi nel dibattito sociale, culturale e scientifico contemporaneo, non mediata da luoghi comuni fuorvianti e da stravolgimenti inconsci o coscienti.

Parole chiave

Psicoanalisi, comunicazione massmediatica, televisione, social media, carta stampata, collaborazione tra giornalisti e psicoanalisti.

Quando si affronta il tema della presenza degli psicoanalisti nei mass media, le critiche che vengono loro poste sono di ordine duplice e contraddittorio. Da un lato vengono accusati di non pronunciarsi, o di farlo in modo non sufficientemente chiaro, circa gli eventi più significativi che ritmano angosciosamente la nostra vita sociale, quali guerre, violenze, genocidi, restando appollaiati sull'Olimpo del loro sapere, distaccati e insensibili alle immani umane sofferenze. Dall'altro lato gli psicoanalisti vengono accusati di dare indiscriminatamente il loro parere di esperti, diventando "tutologi", in un eccesso di esposizione, di esprimersi in dibattiti e interviste su argomenti di interesse civile con toni presuntuosi e arroganti.

Probabilmente entrambe le critiche hanno un fondo di verità, in quanto si sono verificate tanto posizioni di disprezzo nei confronti di una comunicazione semplice, ma non semplicistica che raccontasse per quanto possibile la psicoanalisi come grande avventura intellettuale e di rifiuto aristocratico *tout court* della comunicazione mediatica, quanto posizioni di psicoanalisti che hanno assunto atteggiamenti oracolari su questioni su cui sarebbe stato lecito assumere atteggiamenti dubitativi, aperti, insaturi.

L'oscillazione fra questi estremi rende necessaria un'analisi delle difficoltà insite nella comunicazione mediatica, dei suoi limiti, dei rischi di banalizzazione, approssimazione del pensiero psicoanalitico e del suo fraintendimento, della sua confusione nel *mare magnum* dei linguaggi proposti, ma anche delle potenzialità di una presenza che sia il più possibile corretta, rispettosa, aperta.

Il mondo moderno sembra attraversato dal mito della velocità. Ciascun viaggiatore – scrive Virilio (1986) – si muove ormai a una velocità tale che lo spostamento è solo un ostacolo, che va ridotto il più possibile, tra la partenza e l'arrivo. La continua ricerca della velocità toglie spazio alla necessità di riflessione e di introspezione, al tempo apparentemente morto dell'attesa e dell'evoluzione silente, *le temps mort de l'analyse* descritto da Green (1975).

I mass media, sempre alla rincorsa della velocità d'informazione, tendono a confondere l'immagine della scienza con quella della tecnologia. La tecnologia è quella che ti dà tutto e subito, mentre la scienza procede adagio (Eco, 2002). L'esasperazione tecnologica pretenderebbe sempre e comunque risposte esaurienti, rassicuranti e universali, date in brevissimo tempo, quello della lettura dell'intervista o della visione del dibattito televisivo, e immediatamente utilizzabili.

Non si tratta del campo in cui lo psicoanalista si muove meglio, ma facendo parte delle contraddizioni del reale, egli deve poterlo affrontare con prudenza e conoscenza, evitando il rischio di assomigliare agli eroi di certi racconti di fantascienza, che vivono in spazi laterali e paralleli, contigui a quelli della storia e della vita, ma invisibili e inaccessibili.

Il compito si presenta arduo perché bisogna decidere se e quale spazio mediatico occupare, quando e come rispondere ai giornalisti, quando è il caso di rifiutare decisamente per esempio le aggressive richieste di contraddittorio che arrivano dai social media, e quando è addirittura utile sollecitare la richiesta di approfondimento da parte dei media.

La prima distinzione da operare è fra i diversi mass media, in quanto sono fra di loro molto differenti. Un conto è partecipare a un *talk show* televisivo, un altro è entrare nell'agone disordinato dei social media, e un altro ancora è rispondere all'intervista di un quotidiano o di un settimanale. Un conto è venire richiesti di un parere sulle cause di una guerra e un conto è dare il parere da esperto su un grave fatto di cronaca. Un conto è essere sulla pagina culturale o scientifica di un quotidiano o di un settimanale, un altro è essere intervistati brevemente nelle pagine della cronaca, sapendo che il proprio parere sarà riportato a malapena su un trafiletto. Ancora, un conto è essere intervistati da un giornalista rispettoso e preparato, che vuole capire quanto l'interlocutore sta dicendo e un conto è avere a che fare con un giornalista superficiale e frettoloso, il cui unico bisogno è quello di riempire uno spazio vuoto del giornale a proposito di un episodio di cronaca nera.

Ovviamente i giornali e le televisioni hanno i loro specifici linguaggi e i loro tempi e non si può pensare in modo onnipotente che si adeguino automaticamente ai nostri, pertanto dovrebbero essere gli psicoanalisti a spogliarsi del supponente specialismo per comunicare in modo piano, ma non piatto, esercitando una funzione formativa e informativa anche di educazione sociale. Secondo Simona Argentieri (2002), la psicoanalisi potrebbe davvero educare la collettività se andasse incontro non alle sue difese, ma ai veri bisogni; non appagare la curiosità superficiale, ma stimolare la fatica di comprendere; non placare l'inquietudine, ma aiutare a tollerare l'ansia momentanea che si accompagna al non capire; riconoscere il dubbio e la complessità del reale a fronte delle formule esplicative stereotipate; opporsi alla pretesa onnipotente di poter capire e giudicare senza fare sforzo, alla proiezione di tutto ciò che è sgradevole fuori di noi, alla negazione dell'angoscia tramite pseudo-soluzioni formali.

All'ottimismo pragmatico di Simona Argentieri, che propone una via possibile tra l'afasia e il chiacchiericcio sconsiderato, si oppone il pessimismo di Umberto Eco (2002) che consiglia agli scienziati di non andare ai *talkshows* televisivi per non essere identificati alla stregua dei maghi.

Anche secondo me, ha senso evitare i *talkshows* che, oltre a spettacolarizzare fatti e situazioni di vita, costruiscono una forma specifica di realtà, che corre il rischio di partecipare all'onirizzazione del mondo esperienziale e di alimentare logiche immaginative essenzialmente emotive e deliranti nello spettatore passivo (Petrella, 2003). Può, invece, essere utile frequentare i programmi televisivi di divulgazione culturale o scientifica, purché si resti consci dell'insegnamento di Marshall McLuhan (1964), per cui "il mezzo è linguaggio". Un'esperienza particolarmente significativa è stata la fiction della RAI "Boez-andiamo via": dieci puntate per entrare nel cammino, lungo 910 chilometri, effettuato a piedi da sei giovani condannati. I ragazzi erano accompagnati da registi, una troupe televisiva, una guida escursionistica e un'educatrice di comunità (coordinatrice dei gruppi in cammino). Il progetto ha visto la collaborazione tra il Ministero di Giustizia e RAI Fiction e si è realizzato con il sostegno attivo di SPI e attraverso la supervisione dello psicoanalista Tito Baldini.

Un analista che si mostra in televisione dovrebbe sapere parlare in pubblico, stare sulla scena, conoscere, cioè, il linguaggio televisivo e i suoi meccanismi di trasmissione e in tal modo, quindi non ingenuamente ma scientemente, essere semplice ma non semplicistico nelle sue affermazioni, mostrando buone capacità didattiche e di interconnessione con gli altri saperi. Dovrebbe, inoltre evitare la tanto amata ironia e i tanto ricercati paradossi, che proprio perché sono costruzioni comunicative non facilmente trasmissibili attraverso il medium televisivo, diventano dei veri e propri boomerang. Dovrebbe vestire in modo sobrio ma non sciatto, non essere assertivo e saturante e cercare di aprire il pensiero degli spettatori al dubbio e alle riflessioni senza essere noioso e monocorde. Non si tratta ovviamente di prescrizioni rigide, ma di indicazioni di massima per evitare penosi effetti boomerang, dovuti a una scarsa conoscenza del mezzo, che conduce a una comunicazione e a una presenza ina-

deguate e pertanto distorte dalla televisione, indipendentemente dalla buona volontà e dalla preparazione del singolo psicoanalista. Si tratta di un compito difficile, in quanto bisogna conciliare rigore e comprensibilità, principio di autonomia e principio di beneficiarietà, accrescimento delle conoscenze del pubblico e rispetto di una tolleranza emotiva e di limiti culturali legati all'eterogeneità degli spettatori. Diversa, e per certi versi più sostenibile, appare la presenza degli analisti sui quotidiani e sui settimanali. La non presenza in video, la possibilità di garantirsi un tempo necessario alla risposta, la possibilità di esimersi da risposte sentite come impossibili o inopportune, facilitano l'incontro analista – giornalista sulla carta stampata, che può avvenire in una situazione più protetta, più intima e in tempi più elasticamente rispettosi delle esigenze di riflessione ed elaborazione. Anche la stampa ha i suoi mezzi di falsificazione, banalizzazione, tradimento del pensiero originale, ma è più facile lavorare per comprenderli, tenerli a bada, depotenziarli.

Sia per le apparizioni televisive, che per le interviste sulla carta stampata, un codice deontologico circa le modalità comunicative con cui si rivolgono agli spettatori o ai lettori potrebbe essere utile per evitare agli psicoanalisti assolutizzazioni di situazioni che andrebbero invece relativizzate, diagnosi affrettate e pertanto imprecise, giudizi perentori ideologicamente connotati.

Ovviamente queste indicazioni non possono bastare a contrastare efficacemente una certa grossolanità giornalistica, che talvolta va di pari passo con la tendenza al riduttivismo scientifico.

Entrambe queste tendenze vanno combattute non solo con la buona volontà del singolo psicoanalista che incontra i media, ma con un'attività organizzativa ad ampio raggio.

La Società Psicoanalitica Italiana si è dotata da diversi anni di una commissione per i rapporti con i media e la stampa, avvalendosi anche delle competenze di un giornalista con funzioni di addetto stampa, in quanto l'ambiente giornalistico ha i propri codici che bisogna conoscere per stabilire un rapporto soddisfacente. È stato reputato importante far sentire ai giornalisti la nostra disponibilità e il nostro interesse verso il loro lavoro e il rispetto per la loro informazione sul nostro lavoro.

È importante stabilire buoni canali di comunicazione sia perché il pensiero psicoanalitico sia correttamente riportato, sia perché possano esserci repliche ai frequenti attacchi alla psicoanalisi con la speranza che le diverse posizioni possano confrontarsi senza schematismi, preconcetti o settarismi.

Spesso, come si evince da un'analisi della rassegna stampa, la psicoanalisi non viene nominata, anche quando evidentemente se ne parla; accade cioè che il pensiero psicoanalitico sia diventato patrimonio culturale comune non più riconoscibile in quanto tale (Cappellato, 2000). Talvolta si parla con raffinatezza di Freud, riportando però la sua opera all'interno del pensiero filosofico e non nominando la psicoanalisi. Se da un lato dobbiamo compiacerci della pervasività socioculturale raggiunta dal pensiero psicoanalitico, dall'altro dobbiamo temere le frequenti banalizzazioni di superficiali appartenenti alla galassia *psi*, i colpevoli stravolgimenti di sedicenti psicoanalisti, le filiazioni spurie, come diceva Servadio, della psicoanalisi che hanno però invaso la scena pubblica e assottigliato le differenze con ibridazioni teoriche e imitazioni tecniche (Rossini, 1999), le continue e compiaciute (spesso interessate) dichiarazioni di morte della psicoanalisi di neuroscienziati a favore dell'ultimo farmaco o dell'ultima tecnica terapeutica.

La commissione per la stampa promuove professionalmente l'immagine della Società Psicoanalitica Italiana, che ha deciso di prendersi cura della propria immagine pubblica e fa sì che i temi dei suoi congressi, assumendo una fisionomia mediatica, giungano al grande pubblico con chiarezza teorica e capacità divulgativa. Comunica l'esistenza di una società psicoanalitica aperta al confronto e all'incontro e non settariamente chiusa nel culto di verità astoriche. La commissione chiede agli analisti presenti nei media a vario titolo (clinici, esperti, opinionisti, autori) di definirsi psicoanalisti e, per evitare confusioni, di dichiarare sempre l'organizzazione che sta alle spalle di ciascun individuo. Organizza seminari con i professionisti dell'informazione su temi quali la falsificazione mediatica e la ricerca del sensazionalismo e mette in contatto i membri della Società Psicoanalitica esperti di settori specifici con i referenti dei media, con la convinzione che una buona intervista che si sappia essere stata rilasciata da un appartenente alla SPI possa indurre altri giornalisti ad avere come principali interlocutori altri membri della SPI (Turno, 2000; Risoldi, 2001, 2002, Scotto di Fasano, 2002).

Una presenza meno altezzosa e più disponibile, anche se rigorosa e selettiva, dei singoli analisti nei media affiancata dal lavoro di promozione del pensiero psicoanalitico e di *liaison* con lo sfaccettato e complesso mondo dell'informazione, può favorire una presenza della psicoanalisi nel dibattito sociale, culturale e scientifico contemporaneo, non mediata da luoghi comuni fuorvianti e da stravolgimenti inconsci o coscienti.

Riferimenti Bibliografici

- Argentieri S., (2002) – Psicoanalisi e comunicazione mediatica -, *Il Cormorano*, 1: 3-12.
Cappellato L., (2000) – Lettura della rassegna stampa. Pro e contro -, *Notiziario SPI*, 1: 47-49.
Eco U., (2002) – Se la scienza sembra magia -, *La Repubblica*, 10 Novembre.
Green A., (1975) – Le temps mort -, *Nouv. Rev. Psychanal.*, 11: 103-109.
McLuhan M., (1964) – *Gli Strumenti del Comunicare. Mass Media e Società Moderna.* -, Net, Milano, 2002.
Petrella F., (2003) – Violenza televisiva e salute mentale -, in via di pubblicazione su *Gli Argonauti*.
Risoldi M. C., (2001) – Commissione Stampa -, *Notiziario SPI*, 3: 94-95.
Risoldi M. C., (2002) – Commissione Stampa -, *Notiziario SPI*, 1: 42-43.
Rossini S., (1999) – Quando Edipo finì sui giornali. Il difficile incontro tra *mass media* e psicoanalisi -, *Psiche*, VII, 1-2: 253-258.
Scotto di Fasano D., (2002) – Alcune note di commento alla rassegna stampa -, *Notiziario SPI*, 2: 43-44.
Turno M., (2000) – Commissione per i rapporti con la stampa e studi sui media. Rapporto conclusivo -, *Notiziario SPI*, 3: 84-86.
Virilio P., (1986) – *L'Orizzonte Negativo. Saggio di Dromoscopia* -, Costa & Nolan, Genova.

Cosimo Schinaia è psichiatra, già primario presso il Dipartimento di Salute Mentale di Genova, psicoanalista, membro ordinario con funzioni di training della Società Psicoanalitica Italiana e full member dell'International Psychoanalytical Association. Ha scritto numerosi articoli scientifici su riviste italiane ed estere e saggi in raccolte. Tra i suoi libri ricordiamo:

Dal manicomio alla città, Laterza, Roma-Bari, 1997; *Il cantiere delle idee*, La Clessidra, Genova, 1998, ripubblicato Vecchiarelli, Roma, 2023; *Pedofilia pedofilie. La psicoanalisi e il mondo del pedofilo*, Bollati Boringhieri, Torino 2001 (tradotto in inglese, spagnolo, portoghese, francese, polacco e tedesco); *Il dentro e il fuori. Psicoanalisi e architettura*, Il Melangolo, Genova 2014; *Interno Esterno. Sguardi psicoanalitici su architettura e urbanistica*, Alpes, Roma, 2016 (tradotto in inglese, spagnolo e francese); *Il Presepio dei folli. Scene da un manicomio*, Alpes, Roma, 2018 (tradotto in inglese, spagnolo e russo); *Psicoanalisi e pedofilia*, Bollati Boringhieri, Torino, 2019 (tradotto in francese, spagnolo, russo e greco); *L'inconscio e l'ambiente. Psicoanalisi e Ecologia*, Alpes, Roma, 2020 (tradotto in inglese, francese, spagnolo, portoghese, russo e greco). È curatore di “*Contro il catastrofismo*”, Jaca Book, 2025 (tradotto in inglese e spagnolo).