

## IL GROUND ZERO DELL'ANIMA DI CLAUDIO RISE'

(Tratto da Liberal, Dicembre 2002)

Nei momenti di grande cambiamento, la ricerca sociologica può aiutare a capire cosa sta succedendo. Per questo Tendenze 2003. La società italiana dopo l'11 settembre, a cura di Gian Paolo Parenti e Stefano Gnasso, // Sole-24 ORE ed., ottobre 2002, pag. 142, E. 12,95, è un libro utile. I curatori, impegnati nel marketing (Parenti) e nella struttura scenari di Mediatrade (Gnasso), hanno coinvolto nei saggi che compongono il libro operatori di istituti demoscopici, docenti di comunicazione, produttori televisivi, e strutture della Università cattolica, Swg, Nelson, e Tip. Un universo assai eterogeneo, ma presente e attivo in punti strategici della società. Già questo è un buon modo per produrre uno studio efficace sulle tendenze in atto. Il risultato, infatti, è buono.

Attraverso le testimonianze e i materiali raccolti, Parenti e Gnasso arrivano alla conclusione non banale che: "Osama bin Laden non ha messo in ginocchio l'economia occidentale, ma ci ha obbligati a fare i conti con la nostra insicurezza esistenziale. Il vero 'ground zero', è stato quello delle nostre anime". L'11 settembre insomma, rimettendo bruscamente al centro dell'attenzione di tutti il grande rimosso della cultura occidentale, la morte, ci ha costretto a sviluppare la riflessione che da sempre il confronto con la morte suscita, vale a dire quale sia il senso della vita, e delle cose che facciamo. Sotto questo pungolo, che attraversa il tema delle "risorse di trascendenza", di cui parla Zygmunt Baumann, e di cui è alla ricerca il confuso individuo della tarda modernità, si va sviluppando un nuovo sguardo sul mondo, e su noi stessi.

Da qui, ad esempio, da questo bisogno di senso, che prende il posto del "relativismo" d'obbligo nel periodo precedente, si sviluppa la nuova ricerca di appartenenze, con il suo corollario di accentuazione dell'aspetto conflittuale della vita sociale, e del riaffacciarsi della tradizionale categoria fondante del politico: amico - nemico. Con una serie di conseguenze importanti sul piano della comunicazione, e aggregazione, politica. Per esempio il crescente interesse per chi "parla chiaro", magari presentando tesi anche discutibili, rispetto al moroteismo polisemantico che ha sempre caratterizzato la comunicazione pubblica in Italia. Oppure l'interesse per la riproposizione di convinzioni, o riti, "forti": dai valori della storia d'Italia, nel senso più ampio, alle cerimonie che hanno come oggetto la bandiera, alla partecipazione "nazionale" alle vicende del mondo sportivo.

Gli autori sottolineano che: "colpisce il fatto che si tratti esclusivamente di risposte di tipo estetico: simboliche ed emotive". E rilevano il "progressivo slittamento della cultura e del patrimonio valoriale degli italiani dal piano etico a quello più propriamente estetico, denunciato dai principali istituti di ricerca sociale" (vengono citati gpf, swg, ed altri). Questa preoccupazione però è soprattutto un problema della sociologia applicata, che strada facendo si è dimenticata che il simbolo (a differenza del mero segno) esprime in immagini, e forme, contenuti etici, dotati di forti valenze affettive ed emotive. In realtà, il revival del simbolo, come del mito (sottolineato in altre sezioni del libro), esprime una nuova tensione etica, ed un aspetto della ricerca di quelle "risorse di trascendenza", il cui bisogno è, correttamente, più volte menzionato nel libro come un tratto dei nostri giorni.

Claudio Risé