

periodico di cultura transpersonale in italia



Om associazione per la medicina
e la psicologia transpersonale

la visione sottile



numero
monografico

**AUDIOVISIVO
TRANSPERSONALE**

13

- 4 Standard identitari audiovisivi
- 5 Cacciatori di realtà
- 6 L'uomo immaginario: il doppio
- 7 Società mediatica: cinema e televisione nella cultura globale
- 10 Stato di coscienza dell'uomo elettrico
- 10 L'agguato del sogno audiovisivo
- 12 Archetipi per la vita
- 13 Immaginazione al potere: verso un media transpersonale
- 14 Vivere il film

LA VISIONE SOTTILE

Anno 9, n° 13 - 2006, I semestre
Registrazione Tribunale di Milano n° 590 - 28/09/1996

Editore

Om - Associazione per la medicina e la psicologia transpersonale
Via De Amicis 51, 20123 Milano
Tel/fax 02.83.93.306
info@biotransenergetica.it www.biotransenergetica.it

Direttore scientifico

Pierluigi Lattuada

Direttore responsabile

Davide Ferraris

Redazione

(via De Amicis, 51 20123 Milano)
Bruno di Loreto Wurms, Maria Bambara,
Maria Antonietta Toninelli, Nicola Michelon,
Bruna Villante, Marisa Bettio, Roberto Lazzaro, Beppe Grasso

Progetto grafico

Alessia Tinelli

Graphic design

Elandra De Tullis

Stampa

Arti Grafiche Venete srl
via T. Abbate 38, Quarto d'Altino - Venezia

In copertina: un'immagine tratta dal film
La montagna sacra, di A. Jodorowsky, 1973

Editoriale

Il cinema ha compiuto già da tempo il suo primo secolo di vita e la televisione il suo cinquantenario, eppure la consapevolezza sociale di quanto ciò sia importante è invece un fatto solo molto recente. In Italia, solo da una decina d'anni si è cominciato a riflettere pubblicamente sull'evoluzione in corso nei sistemi di comunicazione digitale, in contemporanea ad uno sviluppo che ha portato Internet, personal computer, videocamere digitali e tele(video)fonía mobile ad essere appannaggio quasi di ogni famiglia. Solo col nuovo millennio il discorso ha iniziato a comprendere gli audiovisivi, forse anche a causa del trauma dell'11 settembre 2001 trasmesso in mondovisione e di quanto ne è seguito sul piano internazionale, anche in merito alle politiche di controllo delle immagini e della televisione. Da noi, l'ultima legislatura ha inoltre portato in evidenza l'anomalia del duopolio televisivo e la vicenda berlusconiana in sé ha costituito e costituisce un fondamentale stimolo di riflessione.

Si diffonde dunque la consapevolezza di quanto siano determinanti i media audiovisivi nella nostra vita di individui e attori sociali, quanto influiscano la nostra visione del mondo e di noi stessi e la possibilità di accesso a quella 'visione sottile' che accompagna e caratterizza l'evoluzione interiore di ciascuno.

Questo numero della rivista riprende alcuni spunti di analisi elaborati nel corso dei miei studi universitari e poi sviluppati nei successivi quindici anni di attività tra consulenza aziendale e terzo settore, pratica clinica e ricerca artistica. Per citare alcuni momenti chiave di percorso, ricordiamo quando nel 1999 abbiamo organizzato con la Cineteca Italiana e la Provincia di Milano un evento che ha celebrato per la prima volta il valore transpersonale di un certo tipo di cinematografia, con una retrospettiva delle opere di Alejandro Jodorowsky e alcuni corti di Italo Bertolasi come riferimento. Cinema transpersonale fu la definizione attribuita a quei film capaci di potenziare le risorse innate dell'uomo per il proprio sviluppo psicologico e spirituale, secondo i proposti fondanti il paradigma scientifico e culturale del movimento transpersonale. Negli anni successivi (2000-2002) abbiamo promosso ufficialmente una diversa visione del media audiovisivo, in collaborazione con OCCAM - Osservatorio per la Comunicazione Culturale e Audiovisiva nel Mediterraneo, e con il CICT-UNESCO, Consiglio Internazionale del Cinema, della Televisione e della Comunicazione Audiovisiva - Comitato Italiano. I nostri sforzi sono stati in parte ripresi dagli organizzatori del Festival del Cinema Spirituale di Alba, ma c'è ancora ben altro da fare, considerando la crisi di forme e contenuti che nel frattempo sta caratterizzando il media audiovisivo, televisione in testa, un po' in tutto il mondo. Nel 2004-2005 con il gruppo artistico Stalker abbiamo proposto il gesto di una televisione di quartiere nelle periferie romane (Corviale Network), secondo lo spirito delle tv di strada. Ancora oggi l'interesse è sempre e comunque rivolto alle narrazioni individuali, alla percezione di sé e del mondo, all'esperienza artistica nel qui e ora, per rendere possibile quello straordinario incontro di coscienze nel luogo dove sogno e realtà disvelano la propria unione per la nostra libertà consapevole, con amore.

Davide Ferraris
dferraris@studioferraris.com

Audiovisivo transpersonale

di Davide Ferraris

Standard identitari audiovisivi

Focalizziamo l'attenzione sull'immaginario psichico dell'individuo umano nella sua interpretazione di se stesso e del contesto nel quale vive e si esprime. Consideriamo propriamente gli stimoli culturali che informano la dimensione visiva-immaginativa del Sé nella moderna società mediatica, nella quale l'immagine foto/cinematografica ha assunto un ruolo decisivo. Interessano le dinamiche cognitive conseguenti all'esposizione ad una serie di impressioni visive, articolate entro una vicenda narrata e concatenate significativamente nel montaggio. L'attenzione verte in primo luogo sull'individuo e sui processi psicologici di riconoscimento e apprendimento che portano alla formazione dell'identità. In parallelo si considera la sfera più propriamente sociologica e antropologica, attraverso la trattazione della dimensione collettiva del fenomeno (a livello locale e globale). È infatti la condivisione e diffusione nel corpo sociale di determinati codici interpretativi ad assegnare una particolare valenza ai diversi messaggi segnici o simbolici veicolati dai massmedia. D'altra parte, è certamente vero che l'approccio ai massmedia in generale dipende dalle caratteristiche psicologiche e socioculturali di ognuno; da questa esperienza individuale si otterranno quindi conseguenze del tutto particolari, sia a livello conscio che inconscio, a prescindere dagli intenti specifici del comunicatore. **La capacità 'egemonica' di certi messaggi dipende dunque in buona misura dagli ambiti di formazione delle idee e dell'identità** che ciascuno ha alternativamente a disposizione. Tuttavia la forza unificante di tali mezzi, e più in generale della cultura di massa, appare indubbia (Morin, 1962)¹.

Si tratta di effetti che si manifestano quasi meccanicamente e in modo indiscriminato data la loro natura. Nei paesi sviluppati i massmedia hanno letteralmente scavalcato le differenze nazionali, sociali e le specificità famigliari, per fornire — specie a partire

dall'età della socializzazione primaria — immagini del mondo uguali, del tutto indipendenti dal tipo di esperienza di vita e dal reddito disponibile, favorendo così la diffusione di un linguaggio uniforme, in alcuni casi arrivando a forgiare un universale gergo quotidiano, così come una comune interpretazione del 'reale'. È proprio questa influenza sul modo di 'vedere' se stessi e il mondo esterno, e soprattutto 'vedersi' in relazione con gli altri ed in azione nella 'realtà', che qui particolarmente interessa. Da cui la scelta dell'audiovisivo in quanto principale diffusore di codici interpretativi contemporaneamente visivi e uditivi, destinati all'interiorizzazione in quella parte della mente che proprio sull'immagine (caricata di valenza emotiva e simbolica) basa il suo funzionamento. Una constatazione generale, secondo le parole di Marc Augé, è che "(...) **tutte le società hanno vissuto dentro e attraverso un immaginario. Diciamo che ogni realtà sarebbe 'allucinata' (oggetto di allucinazione per individui o gruppi) se non fosse simbolizzata, cioè collettivamente rappresentata.** La questione particolare consiste nel sapere che cosa avviene del nostro rapporto con il reale quando cambiano le condivisioni della simbolizzazione." (Augé M., 1998)².

La società contemporanea si trova in una situazione nuova rispetto il passato storico dell'umanità: il processo collettivo di creazione e condivisione di significati è sottoposto alle sollecitazioni crescenti della globalizzazione (dei mercati, dei sistemi di comunicazione, ecc) e dei nuovi media audiovisivi, dopo secoli di cambiamenti dolorosi e radicali nelle diverse regioni del mondo a causa dei fenomeni imperiali e coloniali e quindi dell'industrializzazione, urbanizzazione e in definitiva occidentalizzazione dei sistemi sociali.

Ci troviamo quindi in una situazione generale complessa, nella quale i 'paesi sviluppati' guidano il cambiamento senza curarsi delle conseguenze interne ed esterne, mentre i paesi del resto del



Jane Wyatt e Ronald Colman nel film *Orizzonte perduto* di Frank Capra, 1937

pianeta subiscono passivamente una rivoluzione culturale che li trascende e annichilisce. In questo contesto, la diffusione e gli effetti dei media audiovisivi di massa si manifestano in maniera specifica nelle diverse situazioni, ma permane comunque un elemento unitario che in questa sede interessa osservare: l'influenza determinata sulle identità e sulla visione del mondo negli individui e gruppi sociali. Come ricorda ancora Augé, **“è il nuovo regime di finzione ad affliggere oggi la vita sociale, a contaminarla e a penetrarla al punto da farci dubitare di essa**, della sua realtà, del suo senso e delle categorie (identità, alterità) che la costituiscono e la definiscono.”³

Cacciatori di realtà

Siamo entrati nell'Età del Cacciatore, dice McLuhan (1964)⁴, dell'uomo a caccia perenne di dati e informazioni indispensabili alla sua sopravvivenza. In sociologia, la prospettiva fornita dalla Teoria dell'Azione di Crozier è forse la più indicata per comprendere al meglio la posizione dell'individuo in quanto attore sociale, 'cacciatore' ed elaboratore di informazioni provenienti da livelli differenti di realtà. Questa prospettiva teorica considera l'azione umana come un processo attivo in cui gli individui provvedono a ciò che è più urgente per risolvere le difficoltà dell'azione stessa; un processo, quindi, in cui essi imparano costantemente a servirsi degli strumenti materiali e — ciò che più interessa in questa sede — culturali di cui dispongono per risolvere problemi, in funzione dei vincoli e delle opportunità della situazione. È questo un processo senza dubbio pieno di condizionamenti, in quanto la 'razionalità' degli individui, così come i loro atteggiamenti, norme e valori (che contraddistinguono un dato universo culturale), recepiti e interiorizzati nel corso della loro socializzazione, determinano in seguito la loro percezione della realtà e le reazioni af-

fettive di fronte ad essa, guidando quindi la scelta degli obiettivi e degli strumenti dell'azione. Una prospettiva esplicativa dei comportamenti, basata sull'universo culturale del soggetto, si fonda dunque necessariamente in una certa teoria dell'apprendimento sociale attraverso la matrice della società. In altri termini, si fa implicitamente appello ad una teoria che pone all'inizio della sequenza la società con una certa struttura sociale, poi la formazione della personalità, in questo universo strutturato, attraverso esperienze sociali significative che conducono all'adozione di certi valori e di certi caratteri della personalità (Crozier e Friedberg, 1977)⁵. Tra queste esperienze significative, l'esposizione a stimoli audiovisivi ha importanza fondamentale.

Non si vuole qui attribuire alla comunicazione di massa audiovisiva un ruolo ingigantito rispetto le sue forse concrete dimensioni. Resta comunque il fatto che in essa è possibile rintracciare una funzione pedagogica, non esplicita, di notevole rilevanza, specialmente considerando l'ampia porzione di individui che inconsapevolmente vi ricorre per la propria formazione. Questo vale particolarmente se consideriamo la 'televisione di intrattenimento' e 'il cinema di evasione'.⁶ Si riconosce cioè che **certi individui e certi gruppi si trovano nella posizione di poter evocare sentimenti archetipici, di condizionare e controllare secondo modalità definite i linguaggi subconsci che determinano la vita sociale**, probabilmente senza che vi sia una qualche consapevolezza delle conseguenze che ciò potrebbe determinare nel lungo periodo⁷. Secondo la visione tecnicista-economicista, le caratteristiche dei prodotti audiovisivi circolanti sarebbero determinate in primo luogo da questioni di natura commerciale, fattori economici che regolano il mercato della produzione e distribuzione di prodotti audiovisivi e che sembrano appunto regolati dalla legge della domanda e dell'offerta. Secondo questa prospettiva, il mercato offre ciò che la gente vuole vedere. Eppure, non possiamo non considerare che la



Una scena di *La vita è meravigliosa*, di Frank Capra, 1946

domanda si fonda sulla disponibilità e accessibilità di alternative d'offerta e che il nostro individuo cacciatore-raccoglitore di informazioni ci appare oggi, in definitiva, più come una preda in balia delle correnti, un fuggiasco nella tempesta, perso sotto una pioggia assordante di informazioni e disorientato dall'ignoranza dei suoi stessi limiti e delle sue qualità.

L'uomo immaginario: il doppio

“Riferendosi all'antico mito del giovane Narciso che amava se stesso più di tutto il resto, la nostra epoca viene definita anche 'epoca del narcisismo'. Nel mito è caratteristica l'immagine della fonte che rispecchia e che dà al giovane la coscienza di sé. Oggi parliamo di autoriflessione, o rispecchiamento di sé, utilizzando un'immagine mitologica.” (Leber S. e Liebendörfer, 1997)⁸.

Se domandassimo ad un campione di persone nate nel dopoguerra di visualizzare alcune parole o concetti a loro sottoposti, scopriremmo (attraverso adeguati strumenti di indagine)⁹ che la maggior parte delle scene descritte appartengono a film o programmi della televisione visti in passato, spesso durante l'infanzia, o anche solo pochi giorni prima. Se non si tratta di persone o luoghi noti, infatti, inevitabilmente **il pensiero immaginativo attinge dall'immenso magazzino di scene viste al cinema o in televisione e integrate nella propria memoria accanto alle vicende realmente vissute**. A maggior ragione, questo meccanismo avviene per tutto ciò che comprende concetti astratti e vicende e persone al di fuori della nostra esperienza personale, chiamando in causa importanti implicazioni per quanto concerne il giudizio, l'opinione e in senso più ampio la visione del mondo e della nostra posizione e ruolo nello stesso.

Cominciamo considerando il fenomeno alle origini, all'epoca della nascita del cinematografo. Sin dall'inizio si verificò un'ap-

parente polarizzazione concettuale tra realismo e finzione delle immagini proiettate. La domanda era ed è: il cinema costruisce una realtà 'altra' o riproduce un reale esistente?

Il cinema inventa o racconta? A queste prime domande risponde Edgar Morin (1956)¹⁰, con una lettura della storia del cinema certamente originale, ma comunque in sintonia con certi interventi francesi e invece in dissonanza con le ipotesi prevalenti in Italia. Ci si riferisce in particolare all'osservazione che Mélièr (inventore, secondo Morin, del cinema in quanto fiction) non si opporrebbe a Lumière (l'inventore del 'cinematografo' come tecnica di 'riproduzione' del reale) ma ne completerebbe l'invenzione rendendone chiari i presupposti: è ben vero che l'uno ha battuto i sentieri del fantastico, mentre l'altro ha analizzato le possibilità del cinema di aderire al reale, ma entrambi hanno messo in gioco qualche cosa di magico, la suggestione del doppio - legata alla riproduzione del mondo - e il fascino della metamorfosi - connesso all'uso dei trucchi. Quanto al primo aspetto, per Morin “il realismo non è soltanto il reale, ma l'immagine del reale”¹¹, quindi “doppio e immagine devono essere considerati come i due poli di una stessa realtà. **L'immagine possiede la qualità magica del doppio, ma interiorizzata, nascente, soggettiva. Il doppio possiede la qualità psichica, affettiva dell'immagine, ma alienata e magica**”¹². Ad un polo, dunque, il doppio magico. All'altro polo, c'è l'immagine-emozione. Tutto ciò che è immagine tende in un senso a diventare affettivo (e tutto ciò che è affettivo tende a diventare magico, e viceversa).

Si potrebbe dunque ricondurre il cinematografo a questo “fondamentale e istitutivo bisogno, vecchio quanto Adamo, di creare delle immagini vivendone la realtà” (p.48). Ma creare immagini e viverle significa creare una realtà che accolga le nostre emozioni e porti il mondo entro di noi, specie se non possiamo accedervi (essendone alienati).

La domanda sui bisogni ed i modi di identità passa dunque at-

traverso questo processo di proiezione di sé nel doppio e, specularmente, di interiorizzazione del doppio in sé. Effettivamente, è il doppio allo stato nascente che si rivela ai nostri occhi sullo schermo; per questo “più di quello dell’allucinazione, esso è vicino al doppio che il bambino scopre nello specchio o il primitivo nel riflesso, estraneo e familiare, affabile e protettore già leggermente maggiorato ma non ancora trascendente...”¹³.

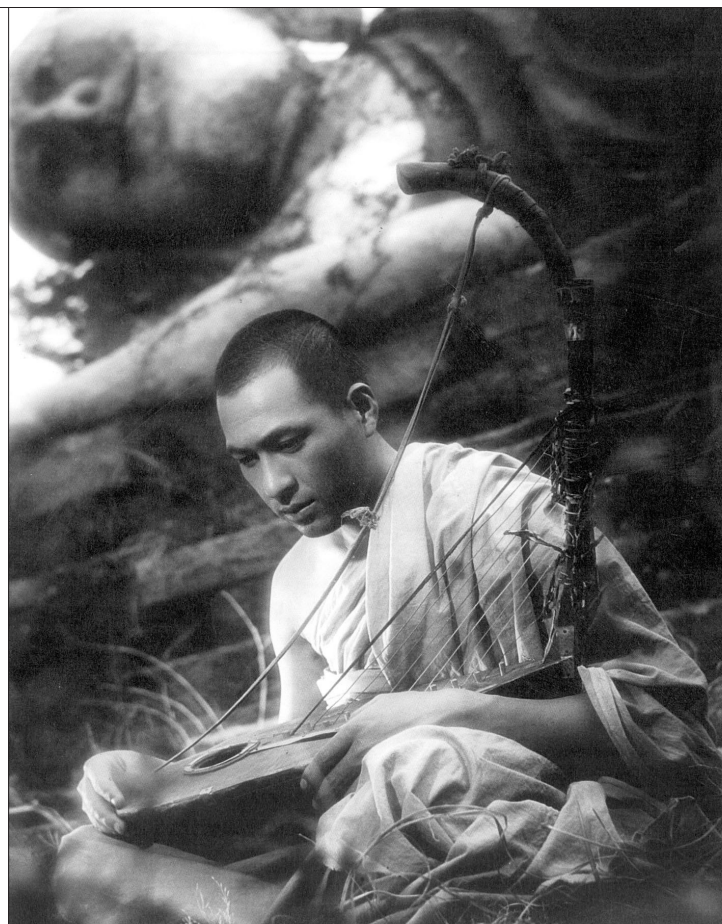
È il doppio (Daimon) della tradizione spirituale e delle culture estatiche, interprete inatteso che sussurra alla coscienza da dietro lo schermo cinetelevisivo. Nelle culture estatiche, il doppio si manifesta nel corpo astrale dello sciamano¹⁴, capace di viaggiare attraverso le diverse dimensioni della realtà e della coscienza, presenza ulteriore e identità transpersonale che unifica i poli, dà voce agli archetipi e realizza le apparenze nella libertà. **Il concetto di doppio dunque avvicina l’audiovisivo al versante esoterico e magico-mitologico dell’esistenza, consentendoci di comprendere meglio il suo potere sottile e profondo sulla dimensione inconscia e sui processi di identificazione e ri-conoscimento di sé.**

È questo il motivo per cui le nostre normali reazioni di fronte allo schermo sono più ricche di piacere e di meraviglia che di disagio (o vergogna, se siamo noi gli interpreti) nell’ambito del complesso affettivo in cui si mescolano alla sorpresa e al turbamento realistico della scoperta di se stessi, la sorpresa e il turbamento irrealistico della scoperta del doppio. È per questo che la gente, filmata per strada dagli operatori di Lumière, accorse alle sale di proiezione.

Ci sono però ulteriori questioni da considerare circa il potere ‘magico’ del media audiovisivo in quanto tecnologia, narrazione e palcoscenico mitico. Marc Augé ricorda che “gli episodi mitici, per quanto diversi possano essere, ci presentano sempre dei personaggi identici a loro stessi, facilmente caricaturabili (gli dei dell’Olimpo, ad esempio, sono diventati senza fatica personaggi da commedia). E avvicina al mito anche le serie televisive; sarebbe addirittura meglio dire che queste hanno una dimensione mitica. Il successo delle grandi serie americane (...) dipende dal carattere prevedibile, senza sorprese, dei loro diversi eroi. Si è contenti di ritrovare chi si ha l’impressione di avere sempre conosciuto, contenti di riconoscerlo, dovunque.” (Augé M., 1998)¹⁵. L’attenzione non è peraltro focalizzata sull’attore che interpreta il ruolo, nonostante i ben noti fenomeni di divismo, bensì sul ruolo stesso, che assurge a vita propria magari attraverso le fattezze dell’attore. Infatti, come ricorda Metz, “se il ruolo cinematografico è inscindibilmente e per sempre legato al suo interprete, è perché la sua rappresentazione interessa il riflesso dell’attore e non l’attore, e il riflesso (il significante) è registrato e quindi non può cambiare.” (Metz C., 1980)¹⁶. Troviamo ancora il doppio ed il suo potere magico, travolgente: “il divo ha due vite: quella dei suoi film, e la sua vita reale. Di fatto la prima tende a dettar legge e a impossessarsi dell’altra (...). Ecco che questo mondo sdoppiato cerca di assorbire il mondo reale”¹⁷. Ma non è lo stesso per il comune fruitore di cinema, il quale è fagocitato in un mondo effimero eppur totalizzante, dove sperimenta il mai vissuto, eppur vi si rispecchia? Continua Morin nelle stesse pagine: “Il cinema totale pomperà il nostro doppio per fargli vivere un sogno collettivo organizzato (...), **il cinema totale che inghiotte finalmente gli uomini nella sua sostanza impalpabile e concreta, irreal e reale verso avventure tragiche, ludiche e eterne, confonde nello stesso atto morte e immortalità**”.

Sembra ormai cambiato il punto di attenzione, dal momento che l’attore agente, prima creatore, è ora ingabbiato da un mondo immaginifico che lo trascende, e lo domina.

Come per magia, l’individuo è rapito e trasfigurato, forse annientato, forse reso immortale. L’antinomia tra dominio esterno e libertà individuale, sempre presente anche nelle dispute sulla comunicazione massmediale, pare riemergere inarrestabile. Il cine-



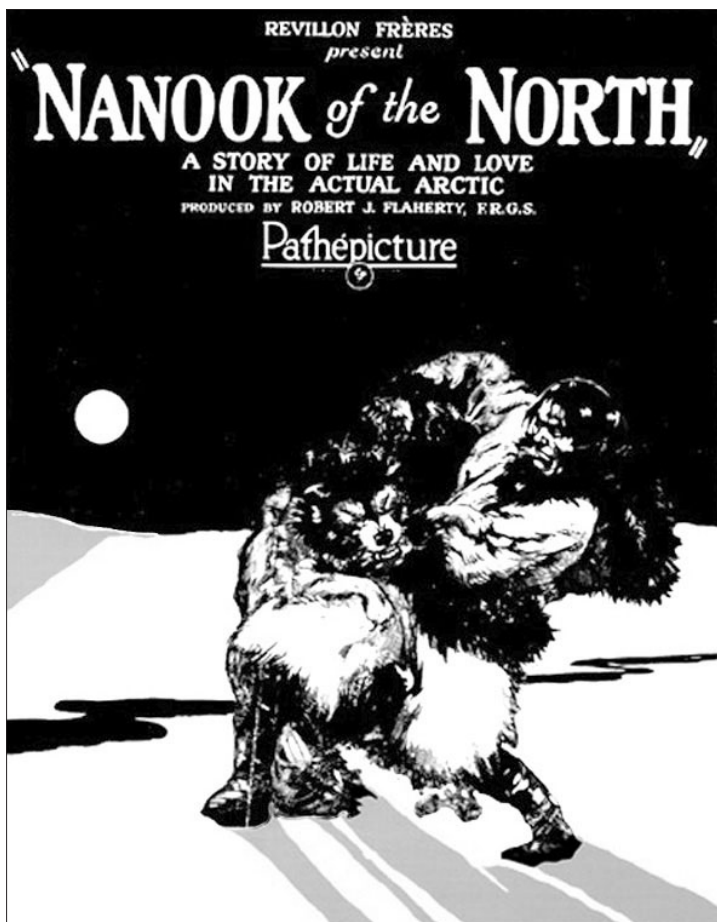
Shoji Yasui, protagonista de *L'arpa birmana*, film di Kon Ichikawa del 1956

ma, dunque, come invenzione collettiva per sfuggire all’angoscia esistenziale, o come sogno indotto, ipnotico, etero-diretto, che rapisce? O il cinema come luogo del riconoscimento, della scoperta e infine dell’invenzione? Morin distingue nettamente, a questo proposito tra cinema e cinematografo: **“Il cinematografo è l’immagine allo stadio elementare e antropologico di ombra-riflesso.** Esso risuscita nel ventesimo secolo il doppio originario. È una meraviglia antropologica, che consiste nel suo adeguamento a proiettare come spettacolo un’immagine percepita come riflesso esatto della vita sociale”¹⁸.

Società mediatica: cinema e televisione nella cultura globale

In Italia, l’influenza uniformante dei massmedia si è manifestata nella ‘multicolore omogeneità sociale’ del suo moderno sistema a carattere post-industriale; questa multicolore omogeneità si deve, oltre che alla scolarizzazione di massa ed alla fittissima griglia di processi di piccola mobilità orizzontale e verticale di cui si alimenta la società contemporanea, proprio anche alla diffusione dei massmedia, oltre che ai consumi ed al massiccio processo di urbanizzazione (Dalla Chiesa N., 1987).¹⁹

Pur attraverso la strategia delle ‘differenze incentivanti’, i consumi hanno infatti plasmato in senso omogeneo le mete e i sentimenti sociali, così come il processo di urbanizzazione che, come notano i Berger (1977)²⁰, deve essere considerato non tanto un fenomeno geografico o demografico quanto un fenomeno di diffusione di una cultura, di uno stile o di un modo di vita (Wirth L., 1960)²¹, composto di atteggiamenti e di abitudini piuttosto peculiari. I mezzi di comunicazione di massa hanno coniugato tra loro questi fenomeni confermandoli, amplificandoli, legittimandoli dalla loro autorevole posizione. Hanno cioè accompagnato,



La locandina di *Nanook of the north*, uscito in Italia col titolo di *Nanook l'eschimese*, film di R. Flaherty del 1922

anticipandolo, un processo di trasformazione sociale in atto a livello mondiale. Questa operazione non è ovviamente avvenuta in modo univoco, in quanto diverse e concorrenti sono le fonti della comunicazione di massa, pur in presenza di forti concentrazioni di potere di controllo. Eppure si possono rilevare delle tendenze egemoni, proprio in relazione alla presenza di forze dominanti relativamente stabili.

Riconsideriamo quindi il fenomeno a livello globale e tracciamo un percorso che segua lo sviluppo delle tecnologie e della comunicazione di massa insieme alla crescita ed espansione degli imperi coloniali, fino all'attuale situazione di globalizzazione dell'economia e delle comunicazioni.

Lungo il cammino, analizzeremo anche la relazione tra immaginario individuale e immaginario collettivo e vedremo come l'uno dipenda dall'altro e come entrambi costituiscano la base sulla quale si forgiavano le diverse forme identitarie, individuali e di gruppo. Nel capitolo precedente abbiamo introdotto e delineato l'importanza e la forza del mezzo audiovisivo per la formazione delle identità individuali e per il rapporto che ogni persona segretamente instaura con il proprio lato misterico e spirituale (il doppio). Ora, proprio in ragione delle modalità e caratteristiche delle trasformazioni osservate su scala planetaria in questo momento storico, possiamo meglio comprendere la portata e gravità del fenomeno qui considerato, che potremmo definire con le parole di Marc Augé una 'guerra delle immagini'²². **Il fenomeno della 'guerra delle immagini' si sviluppa a partire dall'epoca moderna, quando le potenze europee danno avvio a quella che si potrebbe definire 'colonizzazione dell'immaginario'**, oltre che dei territori di ogni regione del mondo. Possiamo ritrovarne i prodromi nell'opera dei gesuiti in America Latina, tra il XVI ed il XVIII secolo, dedicata a distruggere e sostituire le iconografie e storie mitologiche indigene con immagini e narrazioni della cultura cattolica occidentale. Ovviamente, questo

progetto di 'ri-culturazione' forzata ha incontrato delle resistenze²³ che, amalgamandosi senza opporsi totalmente, in qualche modo hanno modificato l'esito previsto stemperandone l'efficacia nel lungo periodo. In altre regioni del mondo, raggiunte da potenze 'laiche' (Inghilterra, Paesi Bassi, Francia), **le culture locali resistono invece quasi intatte per un periodo maggiore, ma finiranno comunque tutte per soccombere sotto l'irresistibile ondata del 'mito del progresso'**. In parallelo alle espansioni coloniali, si vanno infatti sviluppando le tecnologie produttive e con esse la stampa tipografica, primo mezzo moderno di comunicazione di massa che nell'Ottocento, grazie al nuovo contesto sociale industriale e borghese, porta alla comparsa della stampa giornalistica quotidiana e soprattutto (in base alla nostra prospettiva, attenta all'immaginario) consente l'enorme diffusione del romanzo e della novella, versione moderna del racconto mitico proveniente dalla tradizione orale del passato.

Nell'epoca della cultura audiovisiva di massa, tramontato il libro come strumento popolare di cultura, il racconto mitologico e transpersonale riemerge nell'opera filmica e cerca spazi di crescita, sia a livello locale (immaginario etnico) sia a livello globale (immaginario transculturale).

È interessante qui riportare un estratto dal testo di poetica cinematografica di Angelo Pasquini²⁴: "La nostra memoria cinematografica è una memoria visiva, di immagini ovviamente. Ricordiamo il volto di un attore, l'atmosfera di una scena o di un intero film. Ma è anche una memoria narrativa, di storie. La storia del guerriero che da solo riesce ad avere ragione delle bande feroci che terrorizzano il villaggio, mettendole l'una contro l'altra, è eterna quanto quella del pifferaio magico. E, dopo Akira Kurosawa e dopo Sergio Leone, sarà ancora raccontata. (...) Queste opere rappresentano dei tasselli all'interno di una più grande narrazione epocale, la stessa funzione esercitata fino all'Ottocento dalla novellistica e dalla letteratura. (...) 'La favola' – afferma Benjamin – 'continua a vivere clandestinamente nel racconto'. E il racconto, aggiungiamo noi, continua a vivere più o meno clandestinamente nel cinema, dopo essere stato espulso, o quasi, dalla letteratura".

Nel racconto trasferito a voce dai depositari della conoscenza mistica e dai cantastorie di ogni tempo e cultura, trovavano posto sia gli insegnamenti tradizionali ed i riferimenti identitari di un gruppo sociale determinato, sia quella cultura universale che Aldous Huxley definisce 'filosofia perenne'²⁵ e che affonda le sue radici alle origini della storia dell'Uomo.

Oggi le tradizioni orali rischiano di scomparire definitivamente, inghiottite dai mutamenti sociali in corso e dal processo di depauperazione culturale che interessa ormai ogni popolo ed etnia, pericolosamente ai limiti delle possibilità di sopravvivenza identitaria.

La comunicazione audiovisiva contemporanea è investita dunque di una responsabilità della quale il corpo sociale non ha ancora preso coscienza. A livello complessivo di sistema, assistiamo infatti al progredire inesorabile del processo di omogeneizzazione dell'immaginario umano (e depauperazione, come vedremo in seguito), conseguente a quella che Latouche definisce 'occidentalizzazione del mondo': "Flussi 'culturali' a senso unico partono dai paesi del Centro e inondano il pianeta: immagini, parole, valori morali, norme giuridiche, codici politici, criteri di competenza si riversano dalle unità creatrici sul terzo mondo tramite i mezzi di comunicazione di massa (giornali, radio, televisione, cinema, libri, dischi, videocassette). L'essenziale della produzione mondiale di 'segni' è concentrata nel Nord oppure viene fabbricata in officine da esso controllate, secondo le sue norme e modalità"²⁶.

Il mercato dell'informazione è il quasi monopolio di quattro agenzie (Associated Press e United Press - USA, Reuter - GB, France-Presse) e il 65% delle 'informazioni' mondiali partono



Un intenso primo piano di Jaques Perrin in *Un uomo a metà*, di Vittorio de Seta, 1963

dagli Stati Uniti. Questi flussi d'informazione non possono non 'informare' i desideri e i bisogni, le forme di comportamento, le mentalità, i sistemi educativi, i modi di vivere di chi li riceve. "Questa propaganda insidiosa è un 'dono' irresistibile che attesta la vitalità straripante delle società ipersviluppate ma asfissia qualsiasi creatività culturale presso i ricettori passivi dei messaggi"²⁷. Ritroviamo nell'analisi di Latouche quanto abbiamo già osservato circa l'importanza fondamentale dell'audiovisivo nella cultura di popolo, ora alla prova con la sfida del modello occidentale. "(...) Questo processo porta alla espropriazione di sé. **Il gruppo invaso non può più cogliere se stesso se non mediante le categorie dell'altro.** L'ideologia della scienza, della tecnica, del progresso e dello sviluppo risulta così veicolata da questo canale, direttamente o 'incorporato' in altri messaggi. La transnazionalizzazione delle comunicazioni via satelliti e l'informatica accentueranno ulteriormente l'uniformità dei modelli e la dissimetria dei flussi. Si può parlare in proposito di un imperium culturale dei paesi ricchi a condizione di coglierne bene il meccanismo. È attraverso il dono e non la spoliazione (o il saccheggio caro ai terzomondisti) che il Centro risulta investito di uno straordinario potere di dominazione"²⁸.

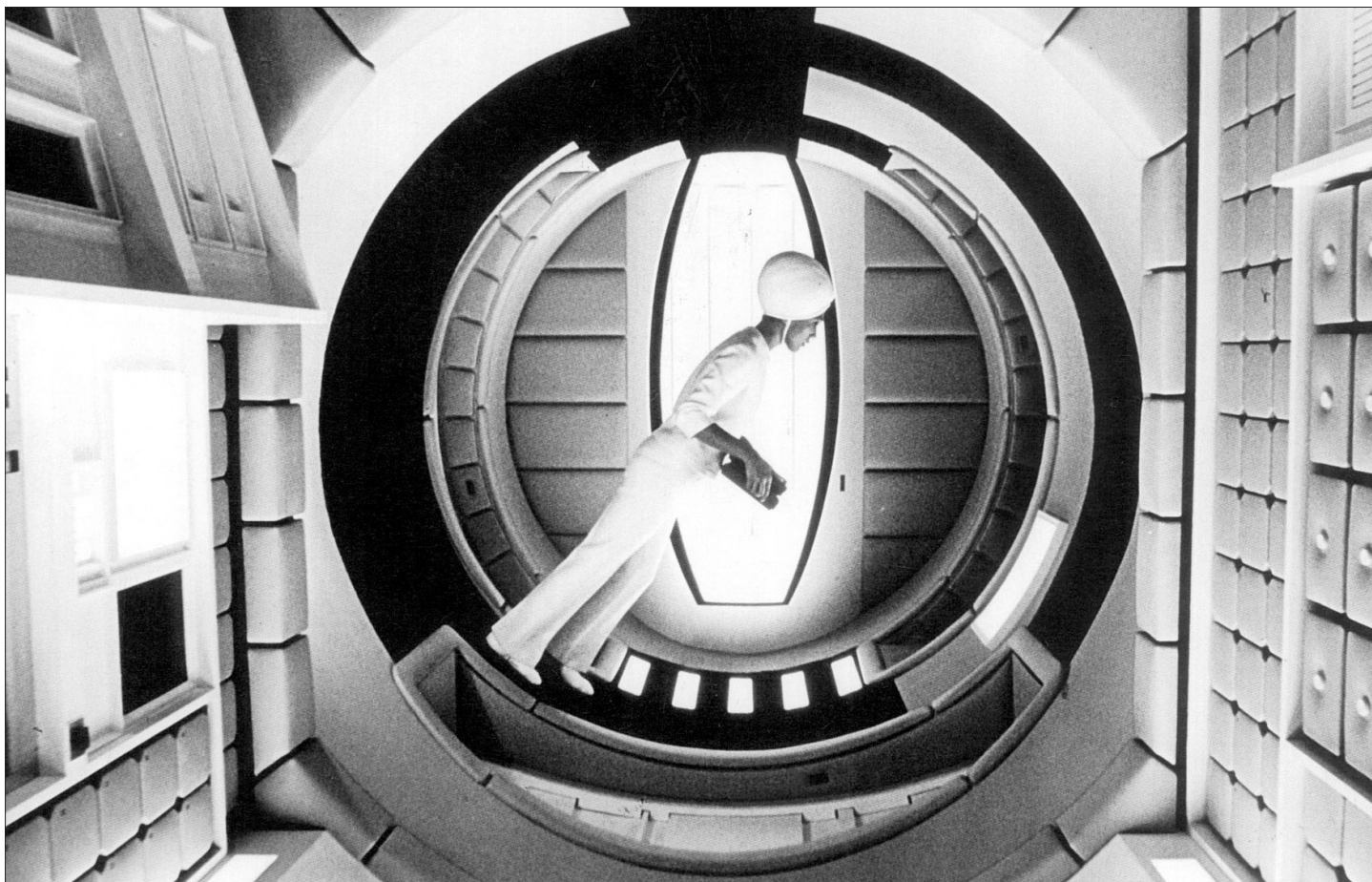
Troviamo qui riuniti numerosi aspetti per noi interessanti: il processo di espropriazione del sé mediante il dominio della comunicazione, l'ideologia del progresso come arma culturale, il dono²⁹ come strategia di potere (strategia peraltro ben nota alle popolazioni arcaiche, come rilevano tra gli altri Mircea Eliade³⁰ e Marcel Mauss, il quale ne tratta in modo particolarmente approfondito nel suo Saggio sul dono).

Potremmo definire in termini negativi molti aspetti della cultura occidentale che si scontrano duramente con le culture del resto del mondo, tra i quali l'individualismo competitivo e la cultura urbana ed edonista, ma soprattutto il materialismo filosofico ed

il primato dell'economia nella vita sociale, ma quello che più interessa in questa sede non sono tanto i contenuti specifici, quanto il fenomeno in sé nel suo insieme e attraverso i suoi celati automatismi. Come rileva ancora Latouche, "(...) l'accettazione del fatto della tecnica nella sua utilizzazione quotidiana, la credenza condivisa nella scienza come fonte delle meraviglie della tecnica, la soggezione forzata all'economico, il tutto riattivato, rafforzato dall'invasione culturale costituiscono dei fattori irresistibili di standardizzazione dell'immaginario. Scienza, tecnica, economia veicolano un contenuto immaginario ricchissimo. Il rapporto tra l'uomo e il mondo è in esso profondamente determinato. Si tratta della concezione del tempo e dello spazio, del rapporto con la natura, del rapporto con l'uomo stesso."³¹

La standardizzazione dell'immaginario crea l'illusione di un modello di identità unico, irrigidito dall'impossibilità di confronto dialettico e insieme fragile in quanto illusorio eppure caparbiamente ancorato a se stesso.

Comincia a delinearsi la pericolosità della situazione, nella quale **mezzi audiovisivi di massa e fenomeni storici e socio-economici a livello planetario convergono in una triste opera di sradicamento che mina alla base la possibilità di un'identità individuale psicologicamente sana:** "(...) fino a quando la dialettica identità/alterità funziona, un'affermazione di appartenenza a una collettività non può essere concepita né come esclusiva di altre appartenenze né come esclusiva dell'affermazione di identità individuale. Ma questa dialettica può incepparsi tanto per gli effetti di dissoluzione imputabili alle tecnologie surmoderne quanto per gli effetti di indurimento e di glaciazione indotti dal ripiegamento sulle appartenenze esclusive. Che la relazione con il mondo si irrigidisca o si virtualizzi, essa sottrae l'identità alla prova dell'alterità. Crea così le condizioni della solitudine e rischia di generare un io tanto fittizio quanto l'immagine che esso si fa degli altri." (Augé M., 1998)³².



2001: Odissea nello spazio di Stanley Kubrick, 1968

Stato di coscienza dell'uomo elettrico

L'abitante dell'era elettrica è alienato dall'amplificazione smodata di se stesso, amplificazione dei sensi e degli arti dopo la loro frammentazione e scansione allucinata nell'era meccanica (McLuhan, 1964)³³. Nello stesso tempo, "la velocità istantanea abolisce il tempo e lo spazio e restituisce l'uomo a una consapevolezza integrale e primitiva" (McLuhan, op. cit. p.162). **Un uomo tribale inclusivo, mitico, però incosciente di sé, annaspa contro la schizofrenia del quotidiano 'guardare'** e ambisce a sostituire le sfaccettature del punto di vista con una diversa consapevolezza, mitica o iconica. Così McLuhan interpreta i cambiamenti nell'uomo elettrico: il nostro sistema nervoso viene tecnologicamente esteso sino a coinvolgerci in tutta l'umanità, implicandoci così in profondità nelle conseguenze di ogni nostra azione. Eppure questo processo può produrre, contemporaneamente, l'indifferenza più totale. Una risposta può provenire dai media audiovisivi, tanto che l'autore afferma: "adesso che l'uomo ha esteso il suo sistema nervoso centrale mediante la tecnologia elettrica, il campo di battaglia, nella guerra come negli affari, è divenuto il processo per la creazione e la frantumazione delle immagini"³⁴. Torniamo a considerare ancora il reame dell'immaginario individuale, attraversato dalle genti e dalle merci dell'arte audiovisiva e parte di un'allucinazione collettiva che ne definisce modalità e confini: **"L'immaginario e la memoria collettivi (IMC) costituiscono una totalità simbolica in riferimento alla quale un gruppo si definisce,** e attraverso la quale esso si riproduce lungo le generazioni con modalità immaginarie. Il complesso IMC informa evidentemente gli immaginari e le memorie individuali." (Augé M., 1998)³⁵. Troviamo una correlazione tra IMC e la definizione di stato di coscienza o Sistema di Coscienza da noi utilizzato e strettamente collegato al concetto di transe. 'Transe' è il termine utilizzato in biotransenergetica per indicare l'aspetto di-

namico, trinario (due eventi semplici in relazione) e interconnesso dei processi della coscienza, i quali ne costituiscono il versante mentale. "Ogni individuo vive innumerevoli Transe (o SCSS - Stati di Coscienza Specifici di Sistema) che caratterizzano il suo Transe prevalente in ogni determinato momento della sua vita (SC) ma questo non gli impedisce (...) di mantenere un senso dell'io, di passare attraverso i diversi SCSS mantenendo un certo grado di 'unità della coscienza'" (Lattuada P.L., 1997)³⁶. Abbiamo visto come oggi l'uomo elettrico sia sottoposto a sollecitazioni straordinarie che irrigidiscono questa unità entro confini illusori eppure accecanti. Ne consegue **uno stato di coscienza ordinario di tipo autopoietico-chiuso, caratterizzato da un equilibrio disarmonico e autoreferente con connotazioni patologiche, che in biotransenergetica viene definito 'transe cronicizzato'**. Dobbiamo quindi prendere atto dell'esistenza di un disturbo psicologico distribuito nel corpo sociale e cresciuto insieme allo sviluppo dei mezzi di comunicazione di massa, un fenomeno sociale che incide pericolosamente sul benessere e sulle prospettive future di tutta l'umanità.

L'agguato del sogno audiovisivo

La mente egoica è costretta entro le categorie totalizzanti e autoreferenti del proprio stato di coscienza ordinario, un sistema illusorio che possiamo definire un continuo e lungo agguato del proprio io contro il proprio sé (Lattuada, 1985)³⁷. Questo stato consente ai soggetti di funzionare in modo più o meno efficace nella società contemporanea, si definisce con le esperienze psicologiche e di apprendimento primarie e durante la vita viene rinforzato dal sistema culturale dominante e da esperienze che sono continue 'profezie che si autodeterminano' (Watzlawick, 1976)³⁸. Oltre una certa soglia, la rigidità e le caratteristiche del disarmonico

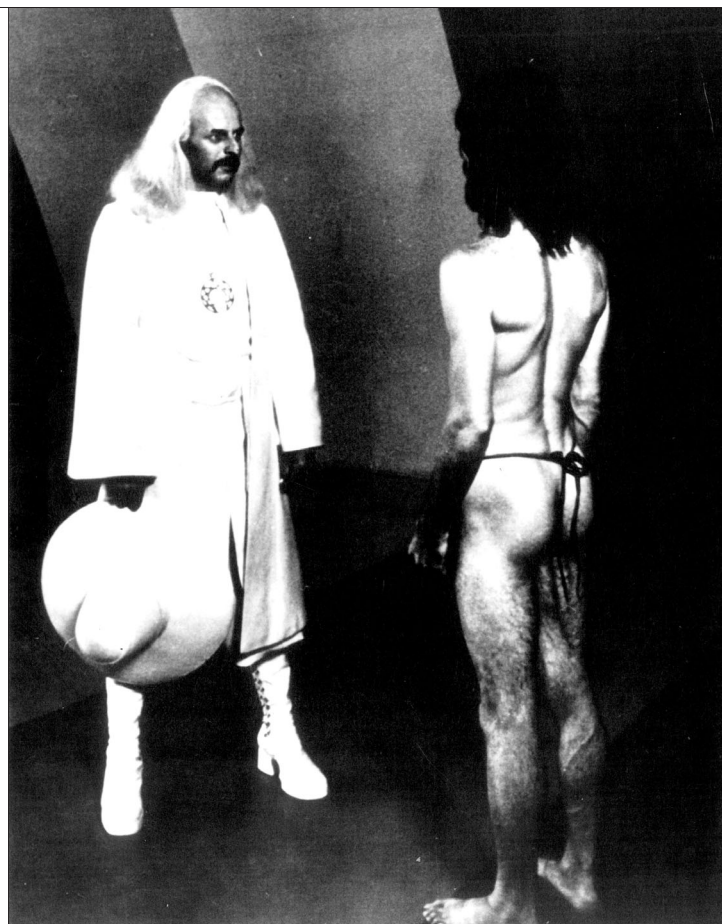
equilibrio psicologico, artificioso e inconsapevole, conducono ad un 'transe cronicizzato'. Durante la pratica clinica, abbiamo constatato la gravità di transe cronicizzati diffusi, bloccati entro schemi mentali totalizzanti, auto-referenti e circolari, con modalità per molti aspetti riconducibili ai contenuti e alla natura in sé del media audiovisivo, in particolare televisivo. **Con la sua prorompente e subdola capacità pedagogica, il media audiovisivo distribuisce i suoi modelli di immagine mentre invita celatamente al consumo. Racconta una storia, e intanto crea una dipendenza verso un modello pubblicamente sancito.**

"Quando arrivò il cinema, l'intero schema della vita americana si trasferì sugli schermi come un'inserzione ininterrotta. Tutto ciò che un attore o un'attrice portava, usava o mangiava costituiva un annuncio pubblicitario di una forza in precedenza neppure immaginata"³⁹. Il cinema offre cioè come prodotto il più magico dei beni: i sogni.⁴⁰

Come esemplare frutto finale dell'era meccanica industrializzata, il cinema apre però al tempo iconografico del pensare immaginifico, istantaneo, totalizzante. Costituisce un momento di passaggio, utile per portare le masse verso un modello unitario di identificazione. Il cinema viene infatti via via sostituito dalla televisione, nuovo medium, nuovo strumento di costrizione o nuovo mezzo di libertà, paradossalmente. Il cinema ha svolto il suo ruolo sociale e viene accantonato, perché sempre più obsoleto nel nascente villaggio globale. "Hollywood ha combattuto la TV divenendone praticamente un accessorio. Quasi tutta l'industria cinematografica è oggi impegnata a fornire programmi alla televisione"⁴¹. La forma cinematografica crea la realizzazione totale del grande potenziale della frammentazione tipografica. Ma l'implosione elettrica ha ora capovolto l'intero processo dell'espansione mediante la frammentazione. Ha "restaurato il freddo mondo a mosaico televisivo con il suo campo totale di impulsi simultanei"⁴². Il film non può oggi che "inchinarsi a questa potenza superiore", i cui stimoli di identificazione e di allucinazione sono ben più insidiosi: "Innanzi tutto la televisione è quotidiana e familiare. Per molti è il principio organizzatore del tempo (...) introduce in ogni famiglia dei volti tanto familiari in quanto li si attende ad ore fisse, e si può avere la sensazione di averli scelti cambiando canale ogni tanto, se necessario. **La casa si popola così di dei lari, di piccole divinità domestiche, amabili, di umore sempre uguale, rassicuranti.**"⁴³

Soggiogati da questo pantheon domestico della mediocrità, infarciti di modelli negativi che confermano ed esaltano le cronicizzazioni dello stato di coscienza ordinario, gli individui si abbandonano al fascino consolatorio della mercificazione che sottende il senso della produzione televisiva come unico grande palcoscenico pubblicitario. "(...) l'attuale società chiede, vuole, sogna, compra, consuma essenzialmente linguaggio, simboli, immagine. Quel 'quid' immateriale che solo la pubblicità riesce (quando riesce) a produrre, creando un circuito di comunicazione che rende 'unicum' ogni prodotto standard"⁴⁴. Illusione di unicità in un mondo fondato sull'omogeneizzazione degli oggetti e delle identità. Assistiamo dunque ad uno sviluppo abnorme della cultura televisiva, le cui finalità pubblicitarie e logiche commerciali e le caratteristiche intrinseche del mezzo inibiscono però le identità riconducendole ad un ordine strumentale che le supera e le contiene, annullandole. "(...) Oggi la circolazione delle immagini è prodigiosa, ma è improbabile che autorizzi rielaborazioni comparabili a quelle dell'età barocca, perché esse vengono recepite attraverso schemi, in modo più passivo e solitario."⁴⁵

Serge Latouche legge in questo fenomeno la natura stessa della cultura occidentale e ne vede i pericoli a livello globale: "Paradossalmente, l'Occidente è al tempo stesso la sola 'cultura' che si sia veramente mondializzata con una forza, una profondità e una ra-



Alejandro Jodorowsky attore e regista de *La montagna sacra*, film del 1973

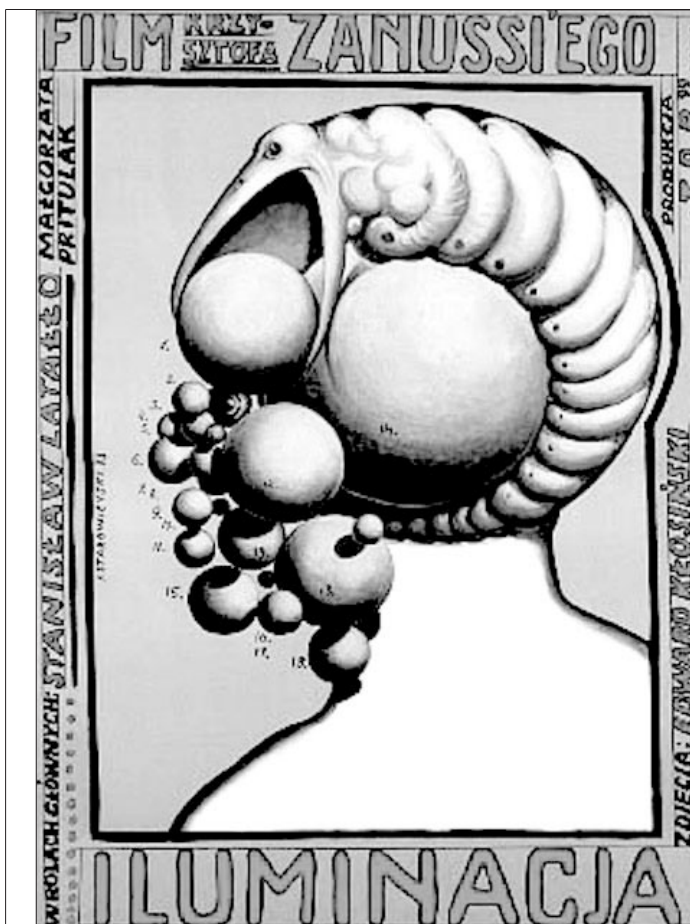
pidità inaudite, e una sola 'cultura' dominante che non riesce ad assimilare veramente non solo gli allogeniti ma i suoi propri membri. La ragione di questo paradosso ci è stranamente familiare. La sua universalità è negativa. Il suo prodigioso successo consiste nello scatenamento mimetico di modi e pratiche deculturanti. Esso universalizza la perdita di senso e la società del vuoto."⁴⁶

Constatiamo in definitiva il grande fallimento dell'opera di planetarizzazione dell'immaginario: "Cercheremo a nostra volta di dare valore di sintomo ad un fenomeno paradossale: l'impotenza della simbolizzazione nello stesso momento in cui la planetarizzazione potrebbe darci al contrario l'impressione di aver fatto un 'check up' delle cose, del mondo e degli esseri e di poter finalmente apprezzare le nostre interrelazioni in tutto il loro senso".⁴⁷

Non siamo riusciti a cogliere l'opportunità offerta dai nuovi mezzi audiovisivi di massa (e ci domandiamo quali saranno gli sviluppi nella nuova realtà offerta da Internet).

Le ragioni come abbiamo visto non possono essere iscritte unicamente in una singola causa, capace di concentrare in sé ogni male e tutte le colpe; molti sono i fattori convergenti (storici, economici, tecnologici, ecc). Ma possiamo comunque rilevare logiche di potere e di gestione che si rivelano pericolosamente miopi per i compiti delle quali sono investite.

"(...) oggi che sembra essersi avverata l'inquietante previsione di Valéry, la nascita cioè di 'una società per la distribuzione della Realtà Sensibile a domicilio', la sovrabbondanza di immagini, e la costruzione stessa di imperi multimediali che hanno il culto (...) dell'immagine stessa o dei suoi simulacri, cioè di immagini del tutto prive di 'invisibile', che si bruciano totalmente nella visibilità degli oggetti rappresentati, sembra avere instaurato quella che Valéry stesso chiamava '**epoca del provvisorio, che conduce alla dissipazione, in primo luogo dei nuclei antropologici all'interno dei quali è radicata la storia spirituale dell'umanità.**'"⁴⁸



La locandina di *Illuminacja* (*Illuminazione*), film del polacco Krzysztof Zanussi, 1973

Risulta chiaro come la produzione audiovisiva (al pari degli altri mezzi di comunicazione di massa) oltre che oggetto di competizione economica, sia anche un'importante posta in gioco del mondo politico internazionale. Finanziamento, realizzazione, distribuzione, promozione, legislazione del settore ecc. sono arene di competizione nelle quali vengono attuate strategie di controllo sia palese che indiretto. In base a quanto esposto, non si tratta infatti solo di censura, bensì di un meccanismo più sottile, articolato e sofisticato, comprendente singoli e gruppi, che investe le stesse forme organizzative, la loro composizione, le modalità lavorative, le culture professionali, i processi di socializzazione, ecc.

Ovviamente i diversi media e prodotti audiovisivi presentano delle specificità e consentono diverse opportunità di analisi e intervento. Ma non è quello che interessa approfondire in questa sede. Osserviamo invece come **il sistema di produzione e distribuzione giustifichi le proprie scelte secondo logiche di mercato che sappiamo in realtà non essere pure**. Ad esempio, riguardo i sistemi di rilevazione dell'audience televisiva, è lecito chiedersi: quanto questo tipo di misurazione riproduce una realtà? Quanto invece la natura ambigua, diffusa, poco articolata o articolabile delle esigenze dei vari segmenti di ambiente, non permettendo di valutare realmente la capacità dell'organizzazione di rispondervi, lascia a quest'ultima il compito di definire tale 'domanda sociale'?

Domandarsi quali possano essere gli effetti del consumo audiovisivo sul mondo immaginario individuale, e dunque sulla capacità cognitiva e relazionale dei singoli attori sociali, significa **interrogarsi ripetutamente circa il modo di produzione e di controllo degli apparati e soprattutto sul rapporto tra l'evolversi del media audiovisivo e il suo impatto e assimilazione da parte della società**⁴⁹.

Potremo così comprendere con sempre maggiore cognizione di causa, e secondo la nostra posizione etica e personale nel mon-

do, quali ulteriori azioni intraprendere per contribuire in senso preventivo e integrativo alla pratica psicoterapeutica.

"Chi saranno domani i resistenti? tutti coloro che, non rinunciando né alla storia passata né alla storia futura, denunceranno l'ideologia del presente di cui l'immagine può essere un veicolo potente. Tutti i creatori che, mantenendo bene o male la circolazione fra immaginario individuale, immaginario collettivo e finzione, non rinunceranno a provocare il miracolo dell'incontro. Infine tutti i sognatori sufficientemente abili a coltivare i propri fantasmi da farsi intimamente beffe del prêt-à-porter immaginario degli illusionisti del completamente finzionale."⁵⁰

Archetipi per la vita

Sigmund Freud pone l'immaginario e la memoria dell'individuo all'origine dell'opera di pura finzione ed evidenzia un certo numero di generi letterari (racconti, leggende, epopee, ecc) nell'elaborazione dei quali l'immaginario collettivo svolge un ruolo preponderante. Questo immaginario e questa memoria collettiva Freud li definisce i 'sogni secolari della giovane umanità'.

Northrop Frye, dell'Università di Toronto, ha anch'esso dimostrato che la mitologia e la letteratura sono caratterizzate da un numero alquanto limitato di tematiche, di natura vuoi apocalittica, vuoi demoniaca, vuoi romantica, vuoi tragica, comica o ironica. Anche se i personaggi, le situazioni e le azioni cambiano, le storie sono fondamentalmente le stesse. Si tratta di **strutture archetipiche che forniscono il senso della nostra posizione nell'ambito delle nostre esperienze e delle nostre storie** e quindi ci aiutano a capire chi siamo e chi sono gli altri abitanti del mondo nel suo complesso.

Carl Gustav Jung definisce gli archetipi 'modelli originari', ovvero, al livello più semplice, modelli che strutturano il pensiero e conferiscono ordine al mondo, determinando il modo in cui noi 'incontriamo noi stessi' nei nostri rapporti con il mondo esterno e sono di importanza fondamentale per capire i rapporti che intercorrono tra gli aspetti consci ed inconsci della psiche. Da Jung proviene anche l'illuminante concetto di inconscio collettivo⁵¹, luogo nel quale gli esseri umani condividono una parte del loro essere e dal quale traggono parte dei loro sogni e delle loro ispirazioni diurne. **Nel luogo ulteriore dell'immaginario archetipico collettivo abitano i sogni eterni dell'umanità; da qui discendono nei cuori e nelle menti**, guidando i nostri passi nella notte della coscienza.

In quest'epoca di oscurità sociale e culturale, l'immaginario archetipico offre un'opportunità di salvezza dalle vuote illusioni della modernità e del conformismo, oltre che delle nostre storie personali, illusioni che nutrono i peggiori incubi personali e collettivi. **Come bianche pagine in attesa di un sacro simbolo immortale veniamo invece offerti allo scempio di deliranti scribacchini del presente** e le nostre anime si riempiono dell'inutile e dell'accecente. Accerchiati dal riflesso della nostra apparenza e dei nostri peggiori istinti, vediamo solo noi stessi e la nostra solitudine, privati del dono dell'Altro e dell'ispirazione creativa. Ciechi e sordi a ciò che è stato e che sarà, vaghiamo senza meta e senza centro nel frastuono delle apparenze offerte ogni giorno dallo spettacolo massmediale.

Abbiamo visto che "non esiste affermazione identitaria senza ridefinizione dei rapporti di alterità, e non c'è cultura che viva senza creazione culturale. Lo stesso riferimento al passato è un atto di creazione e, se vogliamo, di mobilitazione"⁵². Dunque è dal passato remoto che sgorgano le sorgenti dell'immaginario creativo, un passato che trascende e ci attende nel domani; ed è dall'incontro con l'Altro-da-me (io sono te, tu sei me/io sono io, tu sei tu) che l'identità libera la sua forza e nello stesso tempo si libera da se stessa.



Una scena di *In the mood of love*, di Wong Kar Wai, 2000

La guerra delle immagini si pone al centro della scena: da una parte il giogo della mente ed il velo di Maya eretti a sistema, dall'altra il potere della mente nel cuore e la musica visionaria di eterni cantori.

Sta all'autore affinare i sensi e cogliere le vibranti visioni da cui origina la vita per la vita, oltre la morte dell'io. L'autore si fa interprete e messaggero di un potere ulteriore che lo trascende e nel far ciò assolve un compito salvifico oltre ogni ostacolo e possibilità di sconfitta. È l'eroe di una battaglia infinita, combattuta in difesa di valori e significanti offerti in nome dell'umanità e per l'umanità stessa.

Nonostante quanto abbiamo visto riguardo la situazione attuale, non tutto è perduto. La natura insegna che anche nel deserto, quando è persa la ragionevole speranza della vita, può nascere un nuovo fiore non appena ve ne siano le condizioni: **le Forze Spirituali attendono solo un nostro cenno per liberare in noi le loro Qualità e renderci strumenti della vita**, ci direbbe ad esempio Rudolf Steiner. Assistono e vegliano sul nostro operato, quando a loro è votato il nostro cuore oltre ogni ragionevolezza.

La storia mostra che nulla è come sembra e non rispetta i suoi appuntamenti. Ricorda ad esempio Latouche: "È degno di nota il fatto che l'America latina, pur occidentalizzata da tempo con la violenza che si sa e una penetrazione massiccia degli europei, si è riempita dell'accessorio e non ha potuto né saputo acclimatare l'essenziale. Il folklore culturale europeo ha invaso la vita quotidiana, ma l'indianità è rimasta estranea al progetto di dominio della natura e al tempo lineare e cumulativo. Ladinos e afrobrasiliani restano in larga misura al di fuori dell'immaginario della modernità. Di fronte allo spettacolo televisivo dell'allunaggio dei nord-americani, un forzuto scaricatore di Saõ Salvador de Bahia esclama: 'Ehi, laggiù! Imbecilli! Gli americani vi hanno preso in giro. Credete che Xangò lascerebbe anche solo per un minuto che un bianco posi il piede sulla luna?'"⁵³

Immaginazione al potere: verso un media transpersonale

Lo psichico e il soprasensibile, mutualmente protagonisti nel mondo dell'immagine audiovisiva, non permettono limitazioni prospettiche, né assunzioni finali. Così, considerare i rapporti tra mente individuale, rappresentazioni sociali e dominio della società, significa non confinare mai l'osservazione, lasciandola piuttosto spaziare nell'insospettabile. Tutti i livelli vanno toccati, perché su tutti i livelli si muove il comprensivo vivere e comunicare contemporaneo: non è più possibile per l'uomo moderno, individualmente o collettivamente, vivere in un segmento esclusivo di esperienza umana o di modello sociale acquisito. In una situazione di questo tipo, di pervasività dell'immaginario manipolato e di chiusura nelle appartenenze fittizie, riflettere sui nuovi media è un compito estremamente importante e inderogabile, in quanto essi "sono stati messi sul mercato molto tempo prima che diventassero argomenti di meditazione. E il fatto che siano collocati fuori di noi tende a eliminare la possibilità stessa che vengano pensati"⁵⁴.

È invece compito di cittadinanza comprendere l'oggetto del proprio consumo culturale e difendere la libera scelta del proprio doppio nei luoghi della condivisione dell'immaginario sociale. Allo stesso modo, **è compito dell'autore-artista restare fedele al proprio ruolo sacro, che consiste nel portare in terra con il proprio linguaggio i simboli di un sapere antico e perenne** che lo attraversa. Come ci ricorda Gadamer, padre dell'ermeneutica, "L'arte (...) occupa un posto fondamentale nel mondo contemporaneo proprio perché è capace di dar voce a questa 'presenza del passato', perché la sua natura 'rammemorante' oppone una strenua resistenza a tutte le strategie volte a razionalizzare le pratiche dell'agire umano, come pure a rimuovere ogni ostacolo sulla via che trasforma l'es-



Da Himalaya, di Eric Valli, 1999

sere dell'uomo nell'oggetto di una continua manipolazione".⁵⁵

L'artista sfugge alle leggi della merce e mal ci convive, eppure si disvela nell'inatteso e compare dove meno lo si attende. L'artista è irriverente e sregolato come il dio Mercurio e saggio oltre la saggezza. Lo vediamo eterno compagno dei nostri passi e possiamo sempre contare sulla sua comparsa, quando siamo in grado di riconoscerlo. L'artista è dunque una manifestazione dello Spirito e per suo tramite l'anima individuale accede al mistero del mondo cui appartiene.

L'artista è dunque responsabile verso il suo ruolo ed è chiamato a creare, mediante tutti gli strumenti del suo tempo, connessioni sottili verso il mondo e tra gli occhi, la mente ed il cuore delle persone.

La sua azione non è vana. Come osserva ancora Augé, "Il complesso IMI (immaginario e memoria individuali) può influenzare ed arricchire il complesso collettivo (...). Ogni creazione, che prenda forma sociologica più o meno collettiva, come in caso di colonizzazione o ri-creazione culturale, o una forma artistico-letteraria (o audiovisiva n.d.r.) più o meno individuale, può a sua volta ripercuotersi sugli immaginari individuali come sulla simbologia collettiva"⁵⁶.

Ci troveremmo dunque in una situazione ove la colonizzazione dell'immaginario, per quanto pervasiva e diffusa a livello globale, non riesce a completare la sua opera uniformante e distruttiva. Gruzinski fa notare, a proposito del muralismo messicano di Orozco e Rivera e oggi del favoloso sviluppo attuale della televisione commerciale in Messico, "un ritorno in massa dell'immagine miracolosa e invadente dell'epoca barocca"⁵⁷. Augé riprende l'osservazione ipotizzando che così posto, "il rapporto fra il passato barocco e il presente 'postmoderno' – rapporto di anticipazione – potrebbe essere oggetto di uno sguardo relativamente ottimista"⁵⁸: il multicolore insieme delle etnie, delle lingue e degli immaginari indigeni, europei e africani sembrerebbe in-

fatti oggi il migliore esempio culturale disponibile per affrontare il postmodernismo nel quale siamo entrati. Senza trascurare il carattere specifico ed esemplare dell'esperienza americana, non possiamo comunque non prendere atto della situazione di blocco in cui si trova la modernità sotto il profilo sociologico e dunque culturale. D'altra parte, secondo Latouche, "**indipendentemente dalla coscienza che può avere un occidentale dei misfatti e pericoli dell'Occidente come macchina tecno-economica, gli è impossibile rinunciare a certi valori prodotti dalla civiltà ellenico-giudeo-cristiana.** I diritti dell'uomo e il rispetto della persona umana, come pure il rispetto delle culture e dei diritti dei popoli, fanno parte di questo patrimonio la cui realizzazione è un obiettivo che non si può abbandonare."⁵⁹ E conclude: "Poiché non c'è speranza di fondare alcunché di durevole sulla truffa di una pseudo-universalità imposta dalla violenza e perpetuata dalla negazione dell'Altro, vale la pena di fare la scommessa che ci sia uno spazio comune di coesistenza fraterna da scoprire e da costruire."⁶⁰. Noi sappiamo che questo spazio esiste già in un luogo che ognuno può raggiungere seguendo la via del cuore, e sappiamo che lì ogni cosa vive ed è vivificata dall'eterna presenza delle esperienze umane e delle presenze spirituali. Solo però quando l'immaginazione individuale e transpersonale troverà sinceri e veraci spazi di espressione nel vasto sistema globale di comunicazione audiovisiva, potremo continuare a ritenere possibile un altro mondo e renderci interpreti sociali della sua realizzazione. Perché solo un nuovo media transpersonale, libero da condizionamenti politici ed economici, sarà il luogo giusto dove condividere i nostri sogni e imparare ad essere donne e uomini migliori.

Vivere il film

Non c'è limite. Questo solo deve sapere chiunque viaggi oltre se stesso. Non c'è confine che possa separare ciò che è unito. Muoversi verso l'esterno e andare verso il centro seguono la stessa direzione. Quindi immaginare qualcosa significa già renderla presente e nominarla è l'atto successivo dell'umana conoscenza creatrice. Dopo non resta che l'esperienza.

Roberta Mazzoni ritiene che "solo coltivando la propria unicità e la propria autonomia si riesce a comunicare con gli altri"⁶¹; McLuhan ricorda che l'immaginario dell'individuo umano "è un palcoscenico dove viene racchiusa e rivissuta l'intera esperienza del genere umano" e "tutto è presente in primo piano"⁶²; Gadamer infine suggerisce che "lo straniamento fino al limite dell'incomprensibilità è la legge sotto la quale la forza formatrice dell'arte ha maggiore possibilità di realizzarsi in un tempo come il nostro"⁶³.

Personalità, archetipo vivente e trascendenza sono tre indicazioni offerte oggi per l'artista dell'immaginario contemporaneo. Egli dunque sognerà la sua opera e sarà da essa sognato, la porterà nel mondo affinché gli faccia da guida e sarà se stesso nell'abbandono all'Altro. Messaggero dello Spirito, esprimerà la Poesia Vivente e non potrà sfuggire al suo tributo di carne e di sangue. Assolverà così al suo compito in terra e colmo d'estasi vedrà i colori dell'anima sua cantare insieme al mondo e per il mondo, amante sognatore amato.

*La fine dell'arte, la fine dell'incessante volontà
di dare forma ai sogni e ai desideri umani
non ci sarà finché gli uomini
daranno forma alla propria vita.
(H.G. Gadamer)*

¹ Morin E. *L'industria culturale. Saggio sulla cultura di massa*. Mulino, Bologna, 1963

² Augé M., *La guerra dei sogni*. Elèuthera, Milano 1998, p. 13

³ Augé M., 1998, op. cit. p. 9

⁴ McLuhan M., *Understanding media*, 1964 (trad. it.) *Gli strumenti del comunicare*, Mondadori, Milano 1990

⁵ Crozier M. e Friedberg E., *Attore sociale e sistema*. Etas Libri, Milano 1978 (ed. or. Seuil, Paris 1977)

⁶ In realtà, in questa prospettiva, non fa molta differenza se per audiovisivo intendiamo cinema, televisione d'intrattenimento o telegiornale, homevideo, documentario o videoclip. Piuttosto, è la natura sperimentale o artistica del prodotto audiovisivo che può introdurre considerazioni a parte.

⁷ “Si tratterebbe di sapere se lo sviluppo delle tecnologie non abbia prodotto, essenzialmente a causa di coloro che le utilizzano a fini economici e politici, una forma fuorviata di immaginario (la finzionalizzazione) e con essa un'energia nociva di cui non hanno più il controllo totale e della cui esistenza, in verità, non hanno preso piena coscienza”. (Marc Augé, *La guerra dei sogni*, 1998, p. 109).

⁸ Leber S. e Liebendörfer, *Oltre Babele*, Filadelfia, Milano 1997, p. 58

⁹ Viceversa, si potrebbe sollecitare un campione di soggetti con una selezione di immagini/scene-stimolo e verificare il tasso di convergenza delle risposte entro cluster predefiniti in base all'ipotesi di ricerca.

¹⁰ Morin E., *Le cinéma ou l'homme imaginaire. Essai d'anthropologie sociologique*. Edition de Minuit, Paris 1956 (trad. it. 1982)

¹¹ Morin E., 1956, op. cit. p. 45

¹² Morin E., 1956, op. cit. p. 47

¹³ Morin E., 1956, op. cit. p. 56

¹⁴ Mindell A., *The shaman's body*. HarperCollins, New York 1993

¹⁵ Augé M., *La guerra dei sogni*. Elèuthera, Milano 1998, p. 94

¹⁶ Metz C., *Cinema e psicanalisi. Il significante immaginario*, Marsilio, Venezia 1980, p. 71

¹⁷ Morin E., 1956, op. cit. p. 59

¹⁸ Morin E., 1956, op. cit. p. 61

¹⁹ Nando Dalla Chiesa, *Il Giano Bifronte*, Etas Libri, Milano 1987

²⁰ Berger P.L. e Berger B., *Sociologia*, Bologna, Mulino 1977 (ed. or. New York 1975)

²¹ Wirth L., *L'urbanesimo come modo di vita*, in A. Pagani (a cura di) *Antologia di scienze sociali*, Il Mulino, Bologna 1960

²² Augé M., *La guerra dei sogni*. Elèuthera, Milano 1998

²³ “Le immagini cattoliche non vengono semplicemente accolte dagli indios: diventano oggetto di adattamento, creazione e ri-creazione attraverso la pittura e la scultura. Appare una nuova arte india che non si confonde con quella degli spagnoli.” (Augé M., op. cit.).

²⁴ Angelo Pasquini, in AA. VV., *Script - Narrare col cinema oggi in Italia*, VI/3, Dino Audino Editore, Roma 1993, p. 27

²⁵ Huxley A., *The Perennial Philosophy*, Paperback, New York 1990 (orig. 1949)

²⁶ Serge Latouche, *L'occidentalizzazione del mondo*, Bollati Borin-ghieri, Torino 1992, p. 29

²⁷ Serge Latouche, op. cit., p. 30

²⁸ Serge Latouche, *L'occidentalizzazione del mondo*, Bollati Borin-ghieri, Torino 1992, p. 30

²⁹ Il potere insito in un dono viene generalmente definito in molte po-polazioni polinesiane con il termine di ‘Mana’: un potenziale energe-tico relativo alla persona, suscettibile di modificazioni secondo la na-tura delle relazioni interpersonali e degli scambi materiali e simbolici che questa realizza.

³⁰ Eliade M., *Lo sciamanesimo e le tecniche dell'estasi*. Edizioni Medi-terrane, Milano 1985

³¹ Serge Latouche, op. cit., p. 31

³² Augé M., *La guerra dei sogni*. Elèuthera, Milano 1998, p. 30

³³ McLuhan M. *Understanding media*, 1964. Trad. it.: *Gli strumenti del comunicare*, Mondadori, Milano 1990, p. 162

³⁴ McLuhan M., 1964, op. cit. p. 113

³⁵ Augé M., 1998, op. cit. p. 58

³⁶ Lattuada P.L., *La Biotransenergetica*. Xenia, Milano 1997, p.169

³⁷ Lattuada P. L., *Il modo ulteriore*. MEB, Padova 1995

³⁸ Watzlawick P., *La realtà della realtà*, ed. Astrolabio 1976

³⁹ McLuhan M., 1964, op. cit. p. 247

⁴⁰ McLuhan M., *The mechanical Bride - Folklore of Industrial Man*, The Vanguard Press, New York 1951 (trad. it. *La sposa meccanica*, Su-garCo, Milano 1984)

⁴¹ McLuhan M., 1964, op. cit. p. 311

⁴² McLuhan M., 1964, op. cit. p. 313

⁴³ Augé M., 1998, op. cit. p. 110

⁴⁴ Rizzi M., *La pubblicità è una cosa seria*, Sperling&Kupfer, Milano 1987, p. 78

⁴⁵ Augé M., 1998, op. cit. p. 26

⁴⁶ Latouche S., 1992, op. cit. p. 88

⁴⁷ Augé M., 1998, op. cit. p. 14

⁴⁸ Franzini E., *Fenomenologia dell'invisibile*. Cortina, Milano 2001, p. 15

⁴⁹ L'osservazione clinica psicologica è in questo un importante ausilio dal basso per l'analisi e l'intervento.

⁵⁰ Augé M., 1998, op. cit. p. 125

⁵¹ Jung C. G., *Gli archetipi dell'inconscio collettivo*, ed. Boringhieri, To-rino

⁵² Augé M., 1998, op. cit. p. 26

⁵³ Latouche S., 1992, op. cit. p. 62

⁵⁴ McLuhan M. 1951, op. cit. p. 59

⁵⁵ H.G. Gadamer, riportato da Stefano Catucci, Il Manifesto 15/3/2002

⁵⁶ Augé M., 1998, op. cit. p. 58

⁵⁷ Gruzinski S., *La guerra delle immagini. Da Cristoforo Colombo a Blade Runner*. Sugarco, Milano 1991, p. 27

⁵⁸ Augé M., 1998, op. cit. p. 82

⁵⁹ Latouche L., 1992, op. cit. p. 143

⁶⁰ Latouche L., 1992, op. cit. p. 149

⁶¹ Roberta Mazzoni, *Script. Narrare col cinema oggi in Italia*, VI/3, Di-no Audino Editore, Roma 1993, p. 23

⁶² McLuhan M. 1951, op. cit. p. 176

⁶³ H.G. Gadamer, citato da Stefano Catucci, Il Manifesto 15/3/2002



L'Associazione Om è stata fondata a Milano nel 1982 da un gruppo di medici e psicologi, con l'obiettivo di sviluppare, promuovere e diffondere l'approccio umanistico e transpersonale nel campo della salute, del benessere e dell'evoluzione personale. Nel corso di questi anni ha organizzato una serie innumerevole di corsi, seminari, conferenze, mirati alla sensibilizzazione dell'individuo nei confronti delle proprie potenzialità e della propria dimensione spirituale. Nella persona dei suoi membri più rappresentativi, ha pubblicato numerose opere a carattere divulgativo e scientifico e partecipato a svariati congressi nazionali ed internazionali. In seno all'associazione, Pier Luigi Lattuada e Marlene Silveira hanno creato la Biotransenergetica, una disciplina psico-spirituale di nuova concezione che ha profonde radici nelle antiche tradizioni sciamaniche e si riconosce nell'emergente movimento della psicologia transpersonale.

L'Associazione Om è iscritta all'EAP - European Association for Psychotherapy, e all'ATP - Association for Transpersonal Psychology. È membro fondatore del FAIP - Federazione delle Scuole Italiane di Psicoterapia, della AICP - Associazione Italiana per la Psicoterapia Corporea, della Società Italiana di Psicologia Transpersonale e della Società Europea di Psicologia Umanistica.

Percorsi di trasformazione e Corsi di formazione sono condotti in diverse città d'Italia esclusivamente da docenti e operatori accreditati dalla Società Italiana di Biotransenergetica (SIBTE), abilitati dopo una intensa formazione quadriennale e una supervisione triennale e tenuti ad un aggiornamento permanente, al rispetto di un regolamento interno e di un Codice Deontologico.

- Trattamenti individuali e di gruppo
- Corsi settimanali
- Corsi brevi
- Seminari Introduttivi
- Corsi di Formazione

SCUOLA DI FORMAZIONE IN PSICOTERAPIA TRANSPERSONALE

Riconosciuta dal MIUR - Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, con Decreto Ministeriale in data 30 maggio 2002.

Corso di specializzazione quadriennale. Titolo abilitante all'esercizio della psicoterapia ed equipollente alla specializzazione universitaria per i pubblici concorsi. Sono aperte le iscrizioni per l'anno 2006-2007

CORSO DI FORMAZIONE QUADRIENNALE IN BIOTRANSENERGETICA per il conseguimento del diploma di COUNSELOR TRANSPERSONALE

Il diploma di counselor consente l'iscrizione nel relativo Albo Professionale della FAIP - Federazione delle Associazioni Italiane di Psicoterapia, riconosciuto dal CNEL - Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro.

Sono attivi corsi di formazione presso le sedi locali Om/SIBTE di Milano, Padova, Rimini, Roma, Vicenza, Lecce. Seminari introduttivi in Biotransenergetica e momenti di approfondimento teorico-pratico e integrazione esperienziale sono inoltre accessibili in tutto il territorio nazionale.