

Io, l'inganno

di ELISA CATALDI

Comunicare è essenziale; anzi, non esiste il contrario del termine comunicazione!

Tutto e tutti comunicano. Anche il silenzio comunica... anche due persone che si guardano negli occhi senza dirsi nulla comunicano tra loro...

Quando l'inganno fa uso della comunicazione, esso non la stravolge: se infatti uno degli scopi della comunicazione è influenzare l'altro, l'inganno, come strumento di influenzamento, non può che definirsi a tutti gli effetti una forma di comunicazione.

È sempre e in ogni caso un comunicare...ma cambiano le intenzioni, cambia la ricezione per condizionare il comportamento del ricevente.

Si parla tanto di comunicazione ingannevole in riferimento soprattutto alla pubblicità commerciale; in particolare a proposito della pubblicità televisiva.

Ma la comunicazione ingannevole può abbracciare diversi ambiti. Perché, come detto, non si può non comunicare, per cui, anche io, scrivendo queste parole posso ingannare il mio lettore.

Posso ingannarlo facendogli credere delle verità non reali; posso ingannarlo con la scrittura perché l'inganno può essere "semplicemente" l'annullare la trasparenza intenzionale.

Poi provate a pensare: il corteggiamento, l'ironia e la seduzione cosa sono? Nient'altro che comunicazione ingannevole!

La seduzione è un gioco sottile di

adescamento che richiede l'utilizzo della giusta dose di esibizionismo e di nascondimento, finzione e svelamento, raccontando qualcosa, ma senza mai dire troppo.

La chiarezza non è certamente la caratteristica essenziale della comunicazione seduttiva, così come di quella ironica!

Con l'ironia e con la seduzione si può mirare agli stessi scopi: ingannare, affascinare o persuadere.

Con il corteggiamento chiunque può mettere in atto una comunicazione di inganno... e non pensiamo che sia così difficile o fuori dal comune! Tutt'altro...noi tutti in almeno un'occasione saremmo stati vittime o responsabili di tale inganno!

Per cui la comunicazione ingannevole presuppone una disparità di informazioni tra il ricevente e il destinatario.

Io ingannatore so benissimo qual è il mio scopo e dove voglio arrivare attraverso una comunicazione in apparenza bidirezionale e paritetica.

Allo stesso tempo, io ingannato mi approccio ad una comunicazione che presumo sia vera e tra pari.

Ma un dubbio può benissimo presentarsi davanti a questa specificazione:

chi inganna è sicuro di essere l'unico dei due a proporre e portare avanti questa forma di relazione?!

Non si inganna per il gusto di ingannare, ma con lo scopo di manipolare le conoscenze dell'altro in modo da influenzare i suoi comportamenti ed indurlo ad agire in modo che noi possiamo perse-

guire i nostri scopi.

Ma se lasciamo da parte la questione corteggiamento, inganno e seduzione...

L'uomo inganna è vero, ma si inganna da solo, perché la natura è vera, la società ci inganna, il nostro inconscio è vero, tutto ciò che ci circonda è un inganno... se noi vogliamo che lo sia.

Allo stesso modo nulla è un inganno siamo noi ad avere le nostre manie e la società se ne approfitta...la società non solo la viviamo, ma ce la costruiamo, per cui ci inganniamo da soli!

E perché non credere che forse l'inganno sono i nostri occhi, chi lo sa ... magari

niente è come noi lo vediamo.

Vogliamo tutti vivere pensando che il mondo sia come lo desideriamo. Che non sia tutto un inganno, altrimenti che valore avrebbero tutti i nostri sforzi...

Alla fine di tutto questo non voglio ingannare, ma aprire tanti punti e lasciarli in sospeso...portare alla verità o all'inganno. Ma bisogna ricordarsi che la possibilità di ingannare esiste perché esiste la possibilità di essere ingannati.

Ciò che caratterizza l'inganno come tale è l'intenzione, la consapevole volontà di trarre in errore. È l'intenzionalità l'elemento distintivo dell'agire umano. L'intenzione, e quindi lo scopo dell'inganno, non devono essere esplicitati se si vuole che l'inganno abbia successo.

La parola comunica e inganna: a fare entrambe le cose. Crea tensioni, provoca guerre: ma assieme permette il dialogo, genera la pace.