



Corso di formazione all'uso dei mezzi di comunicazione sociale

Sabato 17 febbraio 2007, ore 9.30-12.30

Vangelo e comunicazione

Relatore: don Silvio Barbaglia

Appunti non rivisti dal relatore

Indice

Riassunto	1
1 Introduzione (Massimo Donaddio)	1
2 Vangelo e comunicazione (don Silvio Barbaglia)	2
2.1. Premessa.....	2
2.2. Evento e comunicazione: fatti, selezione, ri-creazione di una storia	3
2.3. Il contesto dell'Oriente Antico.....	3
2.4. Conoscenza oggettivante e relazionale	4
2.5. La comunicazione nella diffusione del Vangelo	5
2.5.1 Conoscenza esperienziale e relazionale	5
2.5.2 La dimensione orale nella trasmissione della fede.....	5
2.5.3 La diffusione del Vangelo	6
2.5.4 Dall'oralità alla scrittura.....	7
2.5.5 Gesù comunicatore	8
3 Dibattito	9
4 Bibliografia	12

Riassunto

La diffusione del Vangelo, dalla predicazione di Gesù a quella dei discepoli, alla redazione delle lettere e dei Vangeli, è un caso di studio che porta a riflettere sui modelli cognitivi (oggettivanti e relazionali) in atto nella comunicazione, sulle intenzionalità del processo di selezione che porta dai fatti alla loro ri-creazione nella notizia, sulla componente testimoniale in ciò che si comunica, e sull'importanza di questi elementi nella comunicazione di una buona notizia che, dal mattino di Pasqua ai giorni nostri, continua a diffondersi senza perdere attualità e attrattiva.

1 Introduzione (Massimo Donaddio)

Don Silvio è noto come organizzatore culturale, impegnato nel Progetto Culturale e anima e fondatore de La Nuova Regaldi, ma è noto anche come biblista, e non dico che il meglio di sé lo dà in questo campo, ma certamente è la sua specializzazione, che esercita qui a La Nuova Regaldi con corsi biblico, in Seminario come docente, e in altre sedi in cui è chiamato a mettere a frutto questa sua competenza.

Perché questo incontro? Parliamo sempre tra giornalisti di notizie e notiziabilità, ma non mi sono mai reso conto così tanto che il Vangelo è la buona notizia per eccellenza e coloro che amano la notizia devono

sentirsi interpellati, e io mi sento interpellato. Occorre ovviamente andare indietro nel tempo, con le tecniche che don Silvio ci insegnerà. Quindi occorre andare a scoprire, e non solo perché abbiamo l'alto patrocinio della Pontificia Università Lateranense, ma per conoscere meglio la comunicazione. E don Silvio non farà una *summa* di valori cristiani, ma andrà a toccare gli aspetti comunicativi del Vangelo e di Gesù. Una notizia che è resistita per 2000 anni o era forte o era destinata a scomparire prima. E ci sarà anche un *excursus* sulle comunicazioni sociali, che è uno strumento che la Chiesa ha messo a punto.

2 Vangelo e comunicazione (don Silvio Barbaglia)

2.1. Premessa

Parto con un'osservazione che è di grande attualità. I *media* ci hanno portato a riflettere sul ruolo della Chiesa nello stato italiano e con il suo peso politico. Ci si è schierati tra chi è decisamente a favore e chi è decisamente contro. Occorre riflettere sugli strumenti mediatici: se non sei attento a come funzionano i mezzi di comunicazione poi ottenere usandoli gli effetti opposti che desidereresti raggiungere. Oggi nessuno può conoscere tutte le sfumature tecniche e di ricaduta sociale dei mezzi di comunicazione, dominandone la logica sottesa: chi conosce bene Internet conosce poco la TV, ecc..

Il mio dire oggi non è tanto quello di un antichista che ama tornare alle cose della storia e della tradizione, ma collocare un incontro di questo tipo in un corso che riguarda l'attualità della comunicazione attuale. Esistevano allora, ai tempi in cui sono stati scritti i Vangeli, dei mezzi di comunicazione di massa, con logica e funzionamento molto diverso da quello di oggi. Massimo nell'introduzione ha intuito bene: *euangelion* è il bel messaggio, e un giornalista che sa che dopo mezza giornata la sua notizia ha perso interesse, mentre questa è una notizia che da 2000 anni resiste, con alti e bassi... Nelle cose che diremo oggi ci può essere il DNA di notizie che durano nel tempo, e allora occorre fare uno sforzo per capire come si pensava in quell'epoca e decodificare poi gli ingredienti.

Ma prima commentiamo un po' lo strumento *Comunicazione e missione, Direttorio sulle le comunicazioni sociali nella missione della Chiesa*, redatto nel 2004, e a cui anche io ho collaborato nella parte relativa alla figura di Gesù. È stato l'esito di una riflessione e di un lavoro impegnativo di Ufficio Cei delle comunicazioni sociali in collaborazione con il Progetto Culturale. Il corso che si svolge qui è una concretizzazione di ciò che questo direttorio richiede come formazione ai mezzi di comunicazione. La prima parte parla di antropologia e cultura della comunicazione prendendo le mosse dagli stimoli del Vangelo, la seconda parte invece è più diretta agli operatori pastorali. I documenti della Chiesa sono fatti bene, ma chi è abituato a stringere cose concrete...Questi discorsi, che si trovano un po' a mezza altezza, sono interessanti per chi studia filosofia, ma per gli altri meno... Le cose che io vi dirò invece sono terra terra, ma proprio partendo da lì possiamo prendere le mosse per spiccare il volo e renderci conto di quanto la faccenda è "spessa".

Partiamo dal cercare di sondare le possibilità contenute nell'espressione "buona notizia", "bell'annuncio", certamente importante per noi. I punti essenziali su cui mi vorrei muovere sono contenuti negli appunti che vi ho dato, che però sono solo una traccia indicativa, dalla quale parlando potrei scostarmi: evento e comunicazione, strumenti e comunicazione a disposizione per fare notizia nella

comunità. Se dovevo parlare in un corso di esegesi, la questione su come si faceva notizia nell'antichità era meno interessante... Dovremo cercare di capire, partendo da dati concreti e ragionandoci, come si faceva a far notizia allora. E poi parleremo del reperimento delle fonti, come fatto con Carlo Casoli. Allora non c'era *Internet*... Come recuperavano le fonti, che rimandavano a un fatto e a un evento? Dibatteremo sull'assioma fondamentale del giornalismo che parla di *fatti e commenti con separazione dicotomica*, che cercherò di abbattere, perché crea più problemi che vantaggi, e può essere l'elemento che fa morire presto la notizia, come una specie di eutanasia della notizia. Poi occorre considerare le forme letterarie di comunicazione dell'evento: l'annuncio cherigmatico, l'inno e la liturgia, la forma narrativa, in cui si codifica il bell'annuncio (ed è interessante capire come si può configurare una bella notizia in forma narrativa), e argomentativi. E dai Vangeli, passeremo all'annunciato: dalle tecniche di diffusione a colui che è annunciato, Gesù di Nazareth, che a sua volta annunciava, e quindi cogliere le sue tecniche comunicative, perché Gesù stesso è annunciato come comunicatore...

2.2 Evento e comunicazione: fatti, selezione, ri-creazione di una storia

Prendiamo in esame il primo punto: evento e comunicazione, ciò che è accaduto e che è comunicato. Quante cose accadono non dico nel mondo, ma nella vostra giornata? Pensate solo ad un avvenimento di pensiero: io sto parlando, e alcuni mi ascoltano e altri pensano ad altro. Sono eventi anche questi, sia di carattere relazionale che esterni. "E quelli mormoravano...". Il 99% degli eventi non sono documentati, accadono e se ne vanno. Ogni atto comunicativo documentale va sempre a selezionare una piccola parte di ciò che è accaduto. Una dimensione evenemenziale grandissima e comunicativa piccolissima, grandissimo scarto. Ma lo stesso comunicare è un evento, e ponendo in parola e in scritto eventi accaduti può inventare anche cose che non sono accadute, come è nella *fiction* che raccoglie dei possibili che non sono accaduti e li presenta come accaduti. Quindi una storia pensata dalla comunicazione, che è come una nuova storia che non si è mai data nella storia. E anche in ogni articolo, in ogni azione di *reporter* c'è una selezione di tutti gli eventi accaduti intorno a quell'avvenimento. Già in quella selezione c'è un aspetto di opinione del giornalista, la selezione porta in sé qualcosa che è creazione di un nuovo fatto. Questa operazione se è dentro nei fatti di cronaca, immaginatevi quanto si manifesta se si riferisce ad avvenimenti durati anni, e che hanno rivoluzionato una tradizione precedente centenaria. È ciò che si è verificato con i Vangeli. La comunicazione comunica pochissimo degli eventi e nel comunicarli fa una selezione e vi aggiunge del proprio creando una realtà che non è mai esistita in quanto tale. Se non chiariamo questi aspetti abbiamo un livello di ingenuità pericoloso, sennò ognuno pensa di essere oggettivo, invece più sei cosciente e critico con te stesso, più puoi vigilare su questi aspetti tipici della comunicazione.

2.3 Il contesto dell'Oriente Antico

Nella storia, con tutto ciò che ruota intorno all'esperienza antropologica, come il mondo antico si affaccia in modo innovativo sulla tematica che vi ho esposto? Che coscienza avevano loro tra il fatto e come è raccontato? E che strumenti avevano per comunicare l'esperienza vissuta, in relazione con persone e con Dio, a chi non ha vissuto l'esperienza stessa. Un conto è essere qui oggi, un conto è raccontarlo a vostra mamma... Oggi potete rivedere con video.google più o meno ciò che è successo, anche se molti

aspetti evenemenziali sfuggono, ma almeno i contenuti sono recuperabili. Così si amplia il livello della trasmissione comunicativa. Ma allora c'era solo la scrittura, un certo modo di scrittura. Quindi cerchiamo di esaminare in questa situazione il rapporto tra eventi e comunicazione, e come comunicarli. Chi non era a Gerusalemme quando è morto Gesù era "panato", e sotto la croce non c'era quasi nessuno... Da qui, dagli avvenimenti accaduti in Gerusalemme e sul monte Calvario, è scaturita una buona notizia che ha preso poi centinaia di migliaia di persone. È come se qui elaboriamo una esperienza e, senza internet, radio ecc. in pochi anni riusciamo a diffonderla in tutto il bacino di mediterraneo. È proprio quello che è successo allora, a partire dal primo giorno dopo il sabato.

2.4 Conoscenza oggettivante e relazionale

Evento e comunicazione: distinguo due modelli essenziali che si sono diffusi nella storia, quello biblico e quello che nasce da tradizione platonico-aristotelica e che poi si è diffuso nella nostra cultura occidentale.

Il punto centrale sta nell'oggettivazione della realtà: nella tradizione aristotelica io, soggetto di conoscenza, comunico a te l'oggetto conosciuto, e tu che ascolti lo ricevi. L'oggetto della conoscenza è un terzo elemento tra me e te, che io ti trasmetto. La realtà entra in noi attraverso immagini e segni, sappiamo che ha rispondenza con la realtà non ingannevole e io ti ridescrivo ciò che è accaduto, come un osservatore fuori dalla scena. È ciò che fa il giornalista, che con sua osservazione e fonti deve cercare di riferire i fatti – come si dice comunemente – in modo asettico, sennò ricade nell'aspetto di prima di obiettività dei fatti, che devono essere separati dalle opinioni. È il modo di ragionare che si è imposto nelle scienze, con osservazione, interpretazione, verifica, falsificazione e nuova ipotesi ecc. Capacità di oggettivare la realtà in un teorema è quella che oggi sembra il massimo per conoscere la realtà. Tanto è vero che i politici oggi sono inaffidabili e gli scienziati affidabilissimi. Cioè chi sposa una parte è inaffidabile, chi sta al dato è affidabile, i preti stanno in mezzo e i giornalisti abbastanza in basso.

L'altra prospettiva è quella che afferma che più cerchi di stare davanti alla realtà distanziandoti da un coinvolgimento diretto, più perdi la comprensione dell'esperienza. Il coinvolgimento esistenziale si pone al livello più alto nella comprensione, nel cogliere la verità dell'avvenimento, coinvolto direttamente nell'esperienza, comprendi meglio il senso di ciò che accade, e più ne stai fuori, più ne perdi l'anima. Chi è all'interno dell'esperienza, quando legge ciò che ne percepisce e come la descrive chi ne sta fuori, dice spesso: quello lì non ha capito niente!

Quindi un modello dice: l'oggettività, il guardare da fuori, è il massimo per cogliere la verità, l'altro modello è dire che se stai dentro, ma evitando il plagio, incrementi la comprensione autentica del fenomeno. C'è un incremento veritativo che è basato sull'aspetto relazionale, perché è nella logica relazionale che si dà la verità nell'ottica dell'esperienza. La logica relazionale è quella dell'oriente antico, la logica oggettivante è quella della filosofia greca. E l'esito odierno di non credere più alla verità e dire che c'è solo opinione è frutto di questo dibattito. Se tu stai fuori da tutte le parti credi di essere oggettivo, ma è un abbaglio: nelle relazioni umane non si può dare una oggettività come quella che hai osservando un fenomeno fisico in laboratorio.

2.5 La comunicazione nella diffusione del Vangelo

2.5.1 Conoscenza esperienziale e relazionale

Non si dà mai, nella storia e nell'attualità, una separazione così *tranchant* dei due approcci cognitivi che vi ho esposto, ma vi sono linee di tendenza dominanti. Il primato lo diamo al soggetto conoscente come individuo, o alla persona come soggetto in relazione? Il cristianesimo si diffonde con la chiara percezione che la sua comunicazione si dà nell'ambito giudaico dell'oriente antico e si dà nella relazione, nell'incontro. Occorre sperimentare insieme la liturgia ed entrare in discussione, e poi scriversi lettere... Sennò avrebbero messo su un ufficio stampa, se avessero ragionato secondo il modello ellenistico che poi la cultura occidentale ha fatto proprio, e l'esperienza del cristianesimo non si sarebbe diffusa come ha fatto. È il modello dell'essere a relazione, dell'essere nella scena, non di fronte e fuori di essa, dalla parte di un pubblico distante dagli eventi. Anche Platone è ancora legato a questo modello "mitopoietico", mentre l'altro modello, oggettivante, si è affermato progressivamente a partire da Aristotele. Per questo nella Bibbia si può fare parlare Dio con Mosè. Cosa impossibile nella mentalità aristotelica, al punto che si afferma da parte di alcuni, che uno storico non può fare storia portandoci la sua fede cristiana, perché si pone di fronte agli avvenimenti standone distaccati, fuori dalla scena. Noi viviamo i due modelli, nell'oggi: se parliamo di cose trattate in linguaggio matematico usiamo il modello oggettivante aristotelico, ma quando devi descrivere il rapporto con la tua ragazza sei nel modello orientale antico. L'innamoramento e l'investire la vita con l'altro non lo fai davanti a un tavolino, oggettivando ciò che conviene o no, perché intuisce che la risposta vera ce l'hai in un altro modello, che non nega ma include anche l'altro e trasfigura la realtà diversamente. Questo aspetto, che è centrale nella trasmissione della fede, è quello legato alla diffusione della fede. Invece spesso noi oggi, coinvolti affettivamente nelle nostre amicizie e relazioni amorose, oggettiviamo Dio come un'idea. Mentre l'aspetto massimo di relazione e di affetti era vissuta e deve essere vissuta nel rapporto con Dio, per viverne il meglio.

2.5.2 La dimensione orale nella trasmissione della fede

Dopo avere evidenziato questi due modelli cognitivi, di per sé non autoesclusivi, ma che è bene distinguere, poniamo la questione del passaggio di comunicazione dell'esperienza fatta. Sia nel primo nel secondo modello, come fa Pippo a sapere cosa è accaduto? Occorre una mediazione nella comunicazione perché altri vengano a conoscenza. Chi ha riflettuto sulle modalità comunicative nell'antichità ha colto le peculiarità dell'oralità e della scrittura. Che cosa comporta la relazione tra l'oralità e la scrittura? L'oralità è esattamente l'esperienza relazionale in atto, fra due persone o fra una persona e un gruppo o più gruppi, con la caratteristica di essere in presenza dell'altra persona. Ogni atto comunicativo è fatto di segni uditivi e visivi e di altro tipo, codificati in una cultura. Si instaura il passaggio di tradizione nella comunicazione, come ha scritto Assmann (1997). Una memoria orale, in cui *in presentia* comunico ciò che è importante, che è ciò che ha più valore, perché il resto l'ho dimenticato, e quindi resta solo il distillato delle cose fondamentali che si comunica alle nuove generazioni. L'unico modo per tramandare sta nella memoria, e non ci sono altri media che oggettivano ciò che avviene dalla comunicazione. Allora c'è investimento fortissimo nella memoria. Mentre più si sviluppa la tecnologia, più si indebolisce la memoria. Pensate a come abbiamo vanificato il senso della memoria negli ultimi trent'anni. Un giovane degli anni '80 non sa più, oggi, cosa

succedeva negli anni '70. Infatti che preoccupazione ha oggi di ricordare 50 000 cose se le trovo in *Wikipedia* quando voglio? E allora perché perdere tempo a memorizzare? Giovanni Pico della Mirandola aveva tre cose da memorizzare a nostro confronto, con l'ampliamento dello scibile che c'è stato.

La scrittura non nasce da esigenze letterarie, ma a Sumer, per esigenze economiche, il non essere fregato dall'altro, per oggettivare una cosa, parla davanti a me e a te che la guardiamo insieme. La scrittura è all'origine del fenomeno dell'oggettivazione nell'atto di conoscenza. Ciò che avviene nella realtà viene oggettivato, si oggettiva una esperienza, si seleziona ciò che è accaduto (con qualità diversa se ti vedi fuori o dentro la scena degli avvenimenti) e ciò che è scritto è figlio di chi l'ha scritto, e, come ogni figlio, prende la sua strada, ha una storia sua e può avere effetti non prevedibili.

I Vangeli non ci dicono di Gesù come uno che ha scritto, ma solo che ha parlato. Ha scritto in terra nel tempio di Gerusalemme, con il dito di Dio, come le tavole delle legge, a imitazione di Dio, e sta scrivendo simbolicamente nel cuore dell'uomo. Ma di fatto non è mai raccontato come un *rabbì* scriba. È capace di leggere: Lc 4, a Nazareth si capisce che legge il codice di Isaia, passa attraverso l'atto di lettura e non solo dall'oralità. Ma non si dice mai che sia scrittore. Forse è una scelta di campo: probabilmente sapeva scrivere, ma se ne tace, e si evidenzia l'oralità che è centrale, con la relazione tra le persone, nella sua azione. Una relazione che è con gli umani e con i sovraumani, il mondo del demoniaco e il Padre suo. E nella società, con oppositori e amici, e con l'oppositore per eccellenza, che è il contro-altare fondante, su cui Gesù vince lottando contro le tentazioni, e poi il gruppo degli amici che ha come fondante il rapporto con il Padre suo, un rapporto con il mondo soprannaturale che si ritrova riproposto nella vita sociale. Nel quarto Vangelo: in principio era il Logos, la Parola. E la Parola divenne carne, e da lì c'è incarnazione non della scrittura, ma della Parola. Identificazione del personaggio con l'atto comunicativo.

La parola è orale, e anche la scrittura deve essere riportata nell'oralità. La scrittura ebraica, che ha solo le consonanti, ti dice che è possibile da leggere solo nell'oralità (solo nel testo masoretico sono state aggiunte con segni addizionali, utili quando l'ebraico stava perdendo la sua valenza di lingua parlata, e i lettori non sapevano più bene come pronunciare le parole che leggevano). È una scrittura consegnata alla parola viva, alla dimensione dell'oralità, e non si può leggere senza capirne il senso, devi essere nella lingua. È una scrittura funzionale all'oralità, non un'oggettivazione punto e basta.

2.5.3 La diffusione del Vangelo

Allora poniamoci nel problema della diffusione del Vangelo. Avviene percependo che lo strumento della scrittura doveva essere importante ma solo dopo che l'oralità avesse attecchito bene, dicendolo papale papale (e pensiamo a Pietro, primo papa...). L'esperienza di questo gruppo si diffonde nel rapporto tra le persone e le comunità, nel cogliere la novità di vita che era in noi, portata dallo Spirito Santo. Cosa inimmaginabile nel modello oggettivante. Vivendo questa cosa che hanno sperimentato e raccontandola, vedono che la sperimentano anche altri.

Primo elemento fondamentale è allora il fare esperienza, bella, autentica, liberante. Se non lo è può interessare qualcuno ma presto non interesserà neanche più te. Mentre se tu ci sei dentro, la notizia è per te sempre nuova, capisci che ciò che ne hai espresso non è mai tutta l'esperienza, e chi ti ascolta percepisce che c'è altro che comincia a capire che non è solo ciò che proviene dall'altro, cresce una consapevolezza che non è basata solo nella figura di chi mi ha dato l'annuncio, perché anch'io ne sto facendo esperienza,

direttamente nel rapporto con Dio, nella vita dello Spirito, e quindi è un modello triadico, con un terzo che è Dio. E allora anch'io mi faccio annunciatore. Se non scatta questo fenomeno, la cosa non si diffonde. Se io ho fatto esperienza e l'esperienza è autentica, essa riesce a diffondersi sull'altro e se lui stesso se ne fa portatore... L'unico modo perché la notizia viaggi, si diffonda, è che rinasca in un altro. Se c'è dentro il coinvolgimento esistenziale di chi riceve la notizia, questa è rielaborata personalmente e rilanciata da uno all'altro. E nasce anche il problema della molteplicità delle rielaborazioni: con notizie più semplici ci sono trasformazioni al passare di bocca in bocca, figurativi con notizie di questo genere, che ti trasformano la vita, che differenze possono nascere, ed ecco infatti che a partire dal secondo secolo d.C. nascono le eresie...

Anche se metto in atto questo procedimento, oggi posso prendere l'aereo per spostarmi su tragitti che allora richiedevano mesi. Allora se andavo a Creta e mi accorgevo di avere dimenticato qualcosa mi sentivo un... cretino! Oggi invece posso tornare indietro velocemente. Dario Viganò ci diceva che spazio e tempo si sono annullati nella nostra cultura.

La trasmissione dell'evento diventa con il coinvolgimento personale che rende ciascuno fonte a sua volta. Pietro parla a pentecoste fuori dal cenacolo e comincia ad instaurarsi la diffusione nella cultura dell'oralità, con grandi adesioni. Se cominci con feste di pellegrinaggio sai che hai lì molti pellegrini, molti dei quali di cultura ellenistica e perciò attenti a certi aspetti innovativi e non tradizionali del giudaismo; perciò se giochi bene la *chance* comunicativa, diffondi bene la nuova notizia e prepari il terreno perché si possa diffondere in altre comunità, anche grazie a persone che poi in loco sostengano la cosa. Le feste di pellegrinaggio erano i luoghi più strategici, come anche oggi accade: quando ci sono lì migliaia di persone disposte ad ascoltare e lì annunci un'idea o iniziativa, tutti quelli che tornano a casa ne parlano ed è molto più efficace di ciò che dicono i *media*: ad esempio, partecipando al Circo Massimo di Roma ai funerali di Giovanni Paolo II abbiamo sperimentato molto di più di chi ha visto in TV tutti i particolari dell'evento, perché noi eravamo lì, sentivamo, vivevamo a tutto tondo.

2.5.4 Dall'oralità alla scrittura

Se faccio come Gesù, passando di villaggio in villaggio, non finisco più. Ma se passo nelle città strategiche (come ha fatto Paolo) e tocco i punti giusti, metto il dito nella piaga: tocco l'Artemide degli Efesini, mi inserisco nell'ambiente dei fabbricatori di tende e organizzo cose con loro... è una strategia comunicativa interessantissima. Paolo allora si muove, testimonia, organizza la comunità. E poi i messaggeri tornano a riferire, tempo dopo, casini che sono nati... Tornare è difficile... E allora, occorre scrivere. Avrebbero voluto farne a meno, ma sono stati costretti a scrivere dalla necessità di coprire le distanze. Con un atto di scrittura *criptato*, che deve essere letto, e chi va a leggerlo non è un trasmettitore asettico, ma interprete e chiarificatore, perché pur essendo testi scritto in greco, con vocali e consonanti, hanno una tale profondità teologica (testimoniata da tutti i casini che ha fatto sorgere nel tempo...) che anche oggi gli esegeti più esperti hanno dubbi interpretativi. Allora a maggior ragione, letti a persone spesso non molto istruite, se chi udiva non era accompagnato da un'esperienza interpretante, testimoniale... E proprio lì nascono i problemi, quando il legame con le figure testimoniali con il tempo si allenta. Per questo Ireneo di Lione recupera fortemente, nei suoi scritti, l'esperienza apostolica, dicendo che non esiste una scrittura senza tradizione interpretante. La scrittura, tramite gli scritti, riesce a rendere presente l'apostolo laddove

non è tramite il testo da lui scritto, ma il testo deve essere accompagnato dalla testimonianza, sennò è lettera morta. Il cristianesimo non è religione del libro, ma è fondato sulla persona del Cristo.

Nel tempo cresce sempre più la produzione di testi, finché negli anni '60 cresce l'esigenza di scrivere una storia di Gesù. A una trentina d'anni dalla conclusione della storia di Gesù. La forma narrativa è quella scelta come centrale per fare notizia. Il termine *euangelion* è quello scelto da Marco, ed è bella notizia laddove c'è qualcuno che ci crede, la sua forza è nel fatto che qualcuno è entrato in contatto con ciò che è raccontato. La narrazione ricrea la storia, con selezione dei fatti, ed ha come base il cherigma, cioè l'annuncio della morte e risurrezione del Cristo, che è una breve narrazione, a partire dalla quale nascono tutti i Vangeli. La loro genesi nasce dalla domanda della comunità. Ascoltando la lettera loro indirizzata da Paolo, i Romani, si interrogano: ma chi è questa persona, cosa ha fatto? Le comunità si interrogano: ci si sta allontanando da ciò che è accaduto e perdiamo la memoria, e nascono varie interpretazioni. Allora occorre che si dia una *norma normans*, pur nella pluralità di esperienze – conservata dall'aver quattro Vangeli –, che è tipica di ciò che coinvolge i protagonisti che si fanno testimoni; non però con un accesso indiscriminato, ma selezionando quelle quattro prospettive canoniche, che crescono in chi è inserito nella tradizione e nell'esperienza di fede.

2.5.5 Gesù comunicatore

Gesù è percepito come colui che comunicava. Come comunicava? Amo distinguere, nella redazione evangelica, il fatto che si dica che Gesù di giorno comunica con gli uomini e di notte con Dio. ma non dormiva? Il figlio dell'uomo non ha dove posare il capo... Sì, certamente dormiva anche lui, ma il fatto che si selezionasse come cosa da raccontare che di notte vegliava in preghiera è molto significativo. Gesù sta sempre sulla scena comunicativa, è descritto come l'uomo della comunicazione. Di giorno in forma simbolica con la comunicazione dei miracoli e con la comunicazione della parola, in parabole e in discorsi, mentre la notte si poneva da solo, nel deserto (che non il luogo arido, ma il luogo solitario) o sul monte, in relazione con il Padre suo e senza questa relazione della notte non potrebbe avere retto nel rapporto con gli altri di giorno. Filo diretto con il padre suo, che lui chiamava "papà", in un modo così familiare, inedito, che ci fa vedere l'affetto del Figlio per il Padre e viceversa, entrambi nella notte in vigilanza sul mondo ("Pregate e vegliate..."). Con la luce del giorno compare la storia degli uomini che puoi vivere bene con i piedi per terra se hai il rapporto con il Padre tuo coltivato nella notte. Allora hai il grande equilibrio di chi alimenta la relazione con l'assoluto nella relazione con gli umani e viceversa.

Anche nei confronti degli esperti della comunicazione di allora, gli scribi, di solito Gesù l'ha scampata e li ha anzi messi in difficoltà, non perché ne sapesse più di loro ma perché il suo sapere era vagliato dall'esperienza diretta con il Padre, mentre gli altri erano legati solo alla scrittura, alla categoria della religione del libro, dell'oggettivazione del libro, mentre Gesù trovava l'oggettivazione nel rapporto con il padre sua, nella relazione: Dio allora si manifesta nelle Scritture ma è prima di esse. È un'azione ermeneutica diversa, e conoscendo la persona direttamente la conosci di più rispetto a chi legge ciò che è stato scritto di lui. C'è il lavoro nella notte con il padre suo, che produce una comunicazione che fa breccia negli uomini che sono disposti a mettere in discussione i paletti della loro visione personale, ma chi non ne è capace, anche con disonestà intellettuale, resiste alla sua predicazione... Il giovane ricco che si rivolge a lui, probabilmente fariseo, concepiva i beni che possedeva come l'effetto della sua fedeltà a Dio nell'ottica

della teoria della retribuzione, e quindi Gesù chiedendogli di rinunciare ai suoi beni contraddice l'idea di Dio che mi sono costruita, che non posso mettere in crisi. Come san Paolo che per cambiare la sua immagine, il suo volto di Dio, ha dovuto sbattere la faccia per terra, riformulando il suo volto di Dio a partire dal volto preciso di Cristo. È una cosa che ti porti dentro che non è tua, ma è così importante che scopri che è anche tua.

Gesù non dice “Padre mio che sei nei cieli...”, ma “Padre nostro”: la relazione con Dio è una cosa così importante per lui, che essa è in grado di trasformare anche la vita degli altri, nella relazione con Lui: sia santificato il tuo nome nella nostra vita, venga il tuo regno.

Dobbiamo vigilare sulle spinte ideologiche che si presentano chiedendo un'adesione di fede e pongono in atto tentativi di carpire il cuore dell'uomo, che, se non sono antropologicamente corrette cercano di vanificare l'esperienza umana. Il coinvolgimento che Cristo presenta è invece un'apertura che potenzia ciò che proviene dal dato umano, e lo amplifica. Dentro nell'esperienza di fede, che è liberatoria dell'umano, c'è un guadagno grandissimo dell'ambito comunicativo, mentre se c'è l'oggettivazione c'è in apparenza maggiore efficacia di comunicazione, ma meno alla lunga meno presa e durata...

3 Dibattito

Massimo Donaddio: anche questa è stata una lezione di comunicazione. Le cose che più ci interessano quando leggiamo i giornali sono sempre quelle di tipo narrativo. Andiamo tutti a leggere le interviste, perché riproducono esattamente il meccanismo dell'oralità, come se che la legge / ascolta fosse un terzo che ascolta i due che parlano, come se fossimo lì *in presentia*. E anche i *reportage* sono libri che durano a lungo, perché si coglie un'esperienza che si svolge e dipana sotto gli occhi dell'autore e ci dà la sensazione dell'essere anche noi in presenza dei fatti narrati. La scrittura meno efficace è quella che produciamo quando vogliamo scrivere solo idee... In realtà comunichiamo realmente quando viviamo ciò che comunichiamo. Nello scrivere una recensione quello che conta è quanto abbiamo “vissuto” il libro di cui parliamo, e l'autore si accorge subito della differenza, ed questa comunione che si è creata tra lui e l'autore che spinge quest'ultimo a ringraziare il giornalista, non per avere scritto la paginetta sul libro, ma per essere entrato in relazione autentica con l'autore.

Filippo: pare chiaro come nella comunicazione ci sia sempre un processo di selezione di ciò che occorre trasmettere agli altri. Ma dipende principalmente da come ci si pone nell'oggettività / relazionalità o dalla qualità comunicative del comunicatore?

Valentina: se io comunico la mia esperienza, è solo la mia. Questo credo sia riduttivo. Quindi è una questione di etica professionale. Decidi che cosa trasmettere e ci metti del tuo. Alla fine la comunicazione è efficace, ma il contenuto che hai comunicato qual è?

Luciana: una notizia deve produrre una riflessione, e quindi è giusto che chi scrive ci metta anche elementi che spingono alla riflessione.

Pasqua Luisa: nell'episodio dell'adultera. Gesù invitava alla riflessione nello scrivere per terra ... Per essere comunicatori dobbiamo riflettere su ciò che sperimentiamo e trasmettiamo.

Andrea: l'apporto personale di chi comunica arricchisce il messaggio e la realtà o la contamina?

Don Silvio: circa il *problema della selezione*, e di come avviene, se nella relazione o con l'approccio oggettivante, rispondo che il modello partecipativo seleziona i metamesaggi che appartengono all'esperienza e sono comunicabili anche a chi ne è fuori. Ci sono dentro metamesaggi che nel mondo della comunicazione fanno capire che c'è un guadagno, e si percepisce una partecipazione diversa in chi ti sta comunicando la cosa, che ti fa capire che c'è qualcosa di diverso e di più. Un esempio tipico: mia mamma ha vissuto la seconda guerra mondiale e dal suo spaccato di realtà che ha sperimentato si ha una percezione con uno spessore assai diverso rispetto al libro di storia ti mette in fila tutte le fonti... Questo è ricchissimo di informazioni oggettivate, l'altro nella sua semplicità restituisce l'esperienza di vita. Si tratta di due aspetti complementari, che danno una percezione diversa delle realtà. Se uno è dentro nell'esperienza e dall'interno conosce tutto e possiede anche tutte le fonti, può giudicarle, individuarne le tendenziosità, era di una parte o di un partito ma conosceva anche ciò che pensavano gli altri.

Il rispetto di una oggettività come dovere professionale. È un problema che scaturisce dal fatto che pensiamo la nostra esperienza in termini soggettivi e non relazionali. Se una cosa non mi interessa la scrivo in maniera veloce, se invece mi interessa le dedico più tempo, ma se mi alleno alla palestra della relazionalità, la tua esperienza è eterocentrata, sei estremamente interessato all'altro al punto che riesci a evidenziare cose di cui neppure lui poteva accorgersi, per quanto ti sei immerso nell'alterità. Ho ascoltato giorni fa uno psicoterapeuta che diceva che è ormai tempo di andare oltre al modello dell'*empatia*, con cui lo psichiatra cerca di capire l'altro, perché essa rischia di essere un doverismo dello psicologo che simula una relazione, ma non è relazione autentica. È più giusto parlare di *interesse* per l'altro, autentico. In psicologia infatti si teorizza la necessità di prendere distanza dall'altro per non scoppiare, ma l'interesse affettivo per l'altro è importante, l'altro può entrare in rapporto con te in ricerca reciproca, con interesse reciproco autentico. E allora la mia prospettiva è qualcosa che arricchisce anche il tuo modo di essere e percepirti.

Far riflettere nella comunicazione è essenziale. I due incontri precedenti sono stati veramente interessanti. Si è colta la responsabilità delicata di chi opera nel mondo della comunicazione. Occorre far crescere dimensioni che non sono tecnicismo informativo, ma sono di tipo valoriale. La comunicazione ha bisogno di questo aspetto. Sennò accade che chi appartiene al mondo dell'informazione si presenta agli appuntamenti culturali se deve fare il pezzo, mentre diversamente non ci verrebbe, perché ha altro da fare. Se non cambia questo approccio la qualità del giornalismo si priva di importanti occasioni di crescita... È anche importante non essere appassionato solo di *una* cosa. Una volta c'erano dieci possibilità di conoscenza, impegno e approfondimento, e se ne sceglievano cinque, ora ce ne sono mille e se ne scelgono tre: è l'effetto *overdose*.

L'atto comunicativo e il coinvolgimento della persona. Può esserci a volte una distorsione della cosa stessa, in chi è estremamente coinvolto ma non ha capito niente. Nell'approcciarsi alla realtà, occorre tenere i piedi in due scarpe, cioè tenere vivi entrambi i modelli: quello di *ratio* e critica, che non deve però svuotare di vita la comunicazione, né tenere solo l'aspetto del coinvolgimento che diventa acritico.

Rinaldo: fatti e opinioni: "O o", oppure "e e"? C'è antitesi o compatibilità tra questi modelli di conoscenza? Nei primi quaranta anni della mia vita ho costruito certezze, nei successivi quindici ho dedicato il mio tempo a metterle in crisi. Pensandola all'americana, con il costume di avere "kit" pronti

all'uso, chiedo: quando ascoltiamo una relazione o un dibattito, con che attrezzature mettersi in ascolto? Ho letto un articolo sul Corriere della Sera sull'Eco-riscaldamento, che riportava i pareri dei due scienziati, con tesi opposte... e don Silvio mi ha detto, mentre conversavamo in pizzeria, che c'era qualcosa di sintomatico e non del tutto positivo nel porre a confronto testi diverse giustapposte senza il tentativo di giungere a una loro sintesi...

Uccia: Vangelo e comunicazione. Pietro e i primi apostoli hanno scelto bene i contesti in cui comunicare. Avere passione nel comunicare, farlo con amore e passione, è fondamentale. Io che insegno le cose le faccio con passione. Ogni comunicazione fatta con amore ed interesse è più ricca ed affascinante, rispetto a quella di chi fa il proprio lavoro sterilmente. Comunicare il Vangelo arricchisce sia chi narra che chi ascolta.

Renzo: qualche consiglio per chi ha pudore di comunicare, bloccato dal timore, e per chi è narcisista e comunica perché vuole stare al centro dell'attenzione.

Luigi: a volte la comunicazione è un bisogno della persona.

Luciana: le notizie sono date per stupire, informare, comunicare?

Silvio: informazione è il distillato dell'azione oggettivante che dicevamo prima, asetticamente. Quelle date per stupire si colgono subito...

Massimo: informazione e comunicazione sono cose distinte. Informazione è una categoria più ristretta rispetto all'ambito più vasto che esprime il termine comunicazione, che ha valenze più ampie nella vita quotidiana di ciascuno e nelle relazioni sociali.

Silvio: *input* sul pacchetto americano su come discernere l'affidabilità dell'atto comunicativo: Parlo più di mia esperienza, e della retorica del confronto. Sono stato a parlare a ragazzotti dalla scuola superiore... Ho constatato che non ci riesco più. Parlavo di terrorismo ecc. e mi sembrava di dire cose di attualità e non banali, e i ragazzi mi hanno detto: ci sarebbe piaciuto ascoltare anche una campana diversa, di una sola campana non ci fidiamo... Questa è una crescita nello spirito critico? Mi sorge qualche dubbio. Io personalmente quando ascolto una persona che parla, che è chiamata come relatore, cerco di capire se sta "battendo l'aria": ha competenza, si basa su dati? Poi, quanto è coinvolta in quanto sta dicendo? E poi, quanto è capace di accettare un altro punto di vista. Se manca uno dei tre elementi la comunicazione non funziona: se manca la competenza non credibile sulla serietà, e viene voglia di dire: non venire a parlare, ma stai a casa che è meglio; se manca la passione non c'è l'anima nelle cose che dice; se non accetta che qualcuno dia contro non c'è la capacità relazionale. Se manca uno dei tre elementi c'è qualcosa che non funziona, e dove ci sono tutti e tre c'è un modello comunicativo affidabile, convincente e dialogico. È quello che chiamo onestà intellettuale: un porgere fondato, vissuto e disposto a confrontarsi. Oggi viviamo la tendenza al dibattito sempre e comunque. Vedo che, sotto un'elezione, ognuno partecipa ai comizi solo di chi la pensa come lui, un po' per non fare numero al convegno degli altri e un po' per non perdere tempo a sentire idee diverse da quelle che si è già formato. Ma allora ognuno conferma il suo elettore, e manca il terzo elemento del confronto tra una parte e l'altra. Cioè stiamo calando le brache, nel meccanismo della comunicazione, sulla possibilità di un confronto dialettico che serva a giungere a un maggiore livello veritativo. Se invece c'è una persona che sta parlando e accetta anche le obiezioni, le considera

accettandole in ciò che portano di buono e utile e risponde anche confutandole ma con serietà, e allora è vera onestà intellettuale. Certo, è un modello che non è incentivato dai mezzi di comunicazione.

Amore nella comunicazione. Oggi amore è una parola malata, e se non la inseriamo bene nel contesto comunicativo può significare oggi una cosa sdolcinatissima, con ricatto affettivo, che spesso le sette mettono in atto, e abbiamo oggi tutti i sensori attentissimi a queste cose. Se invece è la disponibilità di chi offre anche se stesso allora funziona.

Il timore di comunicare e il narcisismo di comunicare troppo. Ti accorgi subito quando hai davanti una persona che preferisce ascoltare piuttosto che parlare. Faccio un esempio che conoscete tutti: il prof. Eugenio Borgna. Mi ha sempre colpito moltissimo. Una sera doveva venire a parlare della realtà della malattia a un incontro pubblico che avevamo ideato e organizzato, dal titolo *Giobbe e la storia malata*. Ci sediamo per mangiare insieme e lui, che ha scritto moltissimi e grandissimi libri, si è subito interessato di Massimo, neo laureato in filosofia, e lo ascoltava con grande attenzione mentre raccontava della sua tesi di laurea. Io non potevo non rimanere colpito da questa cosa! E poi, partecipando al progetto *Passio*, Borgna al termine di un incontro che lo ha visto relatore, ci ha ringraziato perché l'avevamo invitato, ci ha ringraziato di cuore, perché gli hai offerto quell'occasione che lui neanche aveva pensato... Ma lui queste cose le pensa veramente... Un colosso di umiltà. Potrebbe dire mille cose, ma ha preferito ascoltare. Imparando ad ascoltare si possono dire cose più sagge. Ben venga quindi la capacità di ascoltare.

Massimo Donaddio: il prof. Borgna sa comunicare in maniera efficace e coinvolgente. E pur con qualche piccolo difetto di pronuncia – lo dico con rispetto –, comunica in maniera estremamente coinvolgente...

4 Bibliografia

- Jan Assman, *La memoria culturale. Scrittura, ricordo e identità politica nelle grandi civiltà antiche*, Einaudi, Torino 1997
- Conferenza Episcopale Italiana, *Comunicazione e missione. Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa*, Libreria Editrice Vaticana, 2004