



# Diocesi di Cassano all'Jonio

## Ufficio per le Comunicazioni Sociali

### **Comunicazione, Evangelizzazione e Sinodalità**

Ci troviamo, molto spesso, nell'esercizio delle nostre funzioni, di fronte al grande interrogativo di come la cultura della comunicazione possa rispondere alle esigenze dell'Evangelizzazione e di come i nuovi media possono essere a servizio della Parola.

Per provare a dare risposta a questi interrogativi, la prima cosa da fare è dare una definizione di "Comunicazione". In breve possiamo definirla come un processo sociale fondamentale, fondativo della capacità dell'uomo di creare connessioni tra pensieri e sentimenti, tra persone e cose, connessioni che attivano processi sociali capaci di generare nuove opportunità, nuovi modi di organizzazione, nuove forme di vita.

Questa definizione chiarisce subito una cosa molto importante: comunicare, oggi, non significa semplicemente "mandare messaggi" (di qualsiasi tipo, con qualsiasi mezzo), ma è molto di più: va intesa come un atto sociale e un atto reciproco di partecipazione, un atto mediato dall'uso di simboli significativi tra individui e gruppi diversi.

La comunicazione implica relazione. Questo è il cuore di tutta la nostra riflessione. La comunicazione o è relazionale o non lo è e in questo essere in relazione indica uno degli elementi identitari, costitutivi della persona umana.

Se pensiamo che oggi noi siamo qui a parlare di comunicazione ed evangelizzazione, intuiamo subito che c'è un nesso formidabile nel momento in cui poniamo al centro di questo processo sociale la relazione.

Alla luce di questo, ci risulta chiaro cosa intendiamo quando diciamo che la comunicazione è la base della convivenza umana: è la base perché permette la relazione. Senza comunicazione, potremo dire, non c'è umanità. Detta in altro modo, la comunicazione è la condizione prima e fondamentale perché ci sia l'umanità.

Il termine comunicazione deriva dalla parola latina *communis*: Comunicare significa "partecipare con altri", "mettere in comune" con altri, informazioni, idee, emozioni, attraverso il linguaggio parlato o scritto, o visivo. Possiamo dire che comunicare vuol dire condividere e si rende possibile all'interno di un sistema condiviso con altri che possiedono la capacità di pro-



Per una Chiesa sinodale  
comunione | partecipazione | missione

durre e capire messaggi e quindi di interagire con altri soggetti.

Quando si partecipa al circuito della comunicazione si deve essere consapevoli che si partecipa con altri, si entra in relazione con altri e con altri si può entrare anche in sinergia. La comunicazione ti porta a collaborare, a creare sistemi che vanno oltre te stesso. La comunicazione, in questo senso, oggi ti scaraventa nella complessità del nostro mondo composto da molteplici soggettività.

Siamo passati dai messaggi che viaggiavano con la diligenza ai messaggi sulla rete, sullo smartphone, sul tablet. Questo è molto chiaro anche se consideriamo i media. Il lettore non si accontenta più di leggere quello che trova sul giornale, vuole essere partecipe della discussione e interviene in vari modi. Si tratta di cambiamenti di grande rilevanza che hanno avuto e hanno un impatto di enorme significato nella vita personale e sociale. Noi siamo immersi in questi cambiamenti e possiamo dire che molte volte non ci rendiamo ben conto della loro portata e questo vale anche a livello di annuncio di fede. Possiamo allora cominciare ad annotare un primo elemento nel nostro esame del rapporto tra comunicazione ed evangelizzazione: interrogarci su questo rapporto significa innanzitutto essere consapevoli dei cambiamenti che coinvolgono la comunicazione e delle potenzialità che essi esprimono, prima ancora dei rischi che portano con sé.

Nell'universo comunicativo, un ruolo sempre più rilevante è giocato dai media che certo non risolvono tutta la comunicazione, ma certo la condizionano e la orientano. Il Cardinal Martini ci ricorda a tale proposito che "mediante i media è possibile una vera comunicazione umanizzante e addirittura salvifica". E sottolinea che i media sono dono di Dio. A proposito della evangelizzazione sottolinea che "ogni mezzo di comunicazione può essere scelto e utilizzato da Dio come sua via per giungere al cuore dell'uomo. Una visione pessimistica che in partenza giudichi negativamente gli strumenti della comunicazione, in particolare quelli di massa, si oppone a questa visione di fede, che motiva invece una speranza di fondo. I mass media possono diventare il lembo della veste di Cristo.

I media non sono tutta la comunicazione, né la esauriscono tutta in sé stessi, ma in una società che è definita dell'informazione vanno considerati nella dinamica complessiva a partire innanzitutto da uno sguardo di fiducia e speranza. Questo ci permette di cogliere meglio i cambiamenti in atto e i semi di bene che ci sono. Per molti versi i media rappresentano uno dei segni dei tempi di questo XXI secolo. In questo orizzonte sicuramente la comunicazione digitale costituisce la novità più grande che maggiormente sta incidendo sulle nostre relazioni quotidiane.

Va evidenziato però che la comunicazione digitale non è l'unica esistente, né è destinata ad assorbire gli altri



tipi di comunicazione.

Come l'introduzione della stampa con Gutenberg nella metà del XV secolo rappresentò un passaggio fondamentale per sviluppare una comunicazione capace di coinvolgere un numero sempre maggiore di persone, così l'avvento della rete e dei cosiddetti new media costituisce un'invenzione che modifica la dinamica stessa della comunicazione, e inserisce degli elementi evolutivi.

Va rilevato che nell'ultimo secolo abbiamo assistito a un moltiplicarsi dei media che hanno portato a enormi novità a partire da una sorta di rivincita del singolo individuo che non è più solo destinatario passivo di una comunicazione a senso unico, ma via via sempre più protagonista di scelte personalizzate.

Comunicare è prima di tutto ridurre le distanze, sciogliere un po' alla volta ciò che ci divide, allargare lo spazio comune, condividere informazioni con altri, donare qualcosa di sé agli altri, trasformare la frammentazione in unità.

Il primo messaggio di ogni comunicazione è o dovrebbe essere 'sono con te'. La comunicazione vera mette al centro l'altro. Evidentemente non sempre è così e ogni giorno assistiamo a esempi che negano questo assunto, che vengono spacciati come comunicazione, ma che in realtà non lo sono perché non creano relazioni. Quando si considera la comunicazione occorre dunque sempre svelare una sorta di ambiguità che può falsarla.

La domanda fondamentale è: in questa mia comunicazione metto al centro l'altro o me stesso?

Di particolare interesse in tale prospettiva è il modello di comunicazione della rete. Esso è per eccellenza multidirezionale, orizzontale, basato sulla condivisione e sulla costruzione partecipata e aperta della conoscenza.

In questo senso la rete esprime il bisogno antropologico fondamentale della condivisione: non si è felici da soli, la presenza piena è la com-presenza, materiale o digitale che sia.

Certo poi possiamo discutere sulle qualità di queste relazioni, sui loro contenuti, sulla loro solidità o liquidità, ma è quello che si dovrebbe anche dire delle relazioni da bar o da stadio di qualche decennio fa. Un elemento di grande rilevanza che occorre evidenziare è che oggi il sapere, ci insegnano i nuovi media, è sempre più co-costruito, processuale, collaborativo. Non è un deposito in mano a pochi, che lo distribuiscono, ma un patrimonio disseminato e aggiornabile attraverso una partecipazione condivisa.

E' questa la modalità di apprendimento e formazione che soprattutto i giovani oggi conoscono: non un processo monodirezionale, fatto di trasmissione e ricezione, ma un circuito di scambio e partecipazione il cui risultato, mai definitivo, è più della somma della



parti che lo hanno costituito, e non è già totalmente presente da qualche parte prima che questo processo abbia inizio. È una modalità “generativa” di apprendimento, che presenta dei rischi, ma dalla quale non si può oggi prescindere. È quella che il filosofo francese Pierre Lévy chiama “l’intelligenza collettiva”. Questo modello ha numerosi aspetti interessanti: consente, per esempio, di ripensare la relazione intergenerazionale, come ambito di coeducazione nella reciprocità, anziché di socializzazione a un sapere attraverso la sua trasmissione: i giovani possiedono infatti la competenza sui linguaggi; gli adulti possono fornire criteri di orientamento nella complessità sotto forma di esperienze, testimonianze, narrazioni. Un altro aspetto interessante è che saltano i riferimenti gerarchici, la comunicazione conta per quello che dice, per un’autorevolezza che essa manifesta, non primariamente per i ruoli di chi la esprime.

Uno dei risultati irreversibili di questi cambiamenti è che i media non sono solo più uno schermo che si guarda, una radio che si ascolta. Sono un’atmosfera, un ambiente nel quale si è immersi, che ci avvolge e ci penetra da ogni lato. Noi stiamo in questo mondo di suoni, di immagini, di colori, di impulsi e di vibrazioni come un primitivo era immerso nella foresta, come un pesce nell’acqua. È il nostro ambiente, i media sono diventati un nuovo modo di essere vivi.

Il panorama comunicativo è diventato a poco a poco per molti un “ambiente di vita”, una rete dove le persone comunicano, dilatano i confini delle proprie conoscenze e delle proprie relazioni.

La possibilità di comunicare si è dilatata così a dismisura superando e infrangendo quelli che erano considerati limiti spazio – temporali e questo è indubbiamente affascinante, ma moltiplica anche gli interrogativi, gli spazi da completare. Diciamo che le maggiori possibilità portano anche delle difficoltà aggiuntive che non vanno sottovalutate.

Ma perché il ‘miracolo della comunicazione’, come lo chiama il filosofo Paul Ricoeur, possa accadere sono necessarie anche altre condizioni. Una di queste è il silenzio. Solo quando la parola scaturisce dal silenzio questa può essere vera e toccare il cuore: “Quando parola e silenzio si escludono a vicenda, la comunicazione si deteriora (...); quando si integrano reciprocamente, la comunicazione acquista valore e significato”.

Il silenzio è “uno spazio di ascolto reciproco” in cui “diventa possibile una relazione umana più piena”, come ha scritto Benedetto XVI. In un contesto sovraccarico di sollecitazioni, poi, “il silenzio è prezioso per favorire il necessario discernimento tra i tanti stimoli e le tante risposte che riceviamo, proprio per riconoscere e focalizzare le domande veramente importanti”.

Il silenzio è il prerequisito per una vera comunicazione



Per una Chiesa sinodale,  
comunione | partecipazione | missione

soprattutto in un mondo in cui è possibile vedere senza essere visti, stare sempre connessi senza essere realmente in relazione, scambiarsi messaggi senza ascoltare veramente. Dove è sempre più difficile tollerare i tempi vuoti, le attese, i momenti di inattività; dove è così comune ciò che già Bauman intravedeva: il non saper stare né veramente da soli né veramente con altri.

E tutto questo è, come sappiamo, assolutamente decisivo in rapporto all'evangelizzazione.

Può sembrare paradossale che una delle condizioni per una comunicazione autentica sia il silenzio. Oggi questo non solo è vero ma è sempre più necessario: di fronte ai rischi di saturazione da eccesso di comunicazione, occorre riprendere le giuste distanze. I rischi principali sono la superficialità, il disorientamento, il navigare a caso dentro un oceano comunicativo dove, se non si sta attenti è facile smarrire la direzione. In questo senso non si può essere perennemente connessi, sempre con il telefono a portata, come non si può rimanere tutta la giornata davanti al televisore o al pc. Il silenzio chiede di essere scelto e difeso. Ma il silenzio non basta, nell'oceano della comunicazione bisogna sapersi muovere. Ecco allora la seconda condizione: attrezzarsi di mappe, bussole, per non smarrire l'orientamento, o farsi ammagliare da sirene che infestano l'oceano comunicativo. L'esigenza di avere una direzione nella comunicazione porta da un lato a riconoscere il tantissimo che esiste a livello comunicativo come opportunità, ma al contempo la necessità costante di riandare all'essenziale, evitando possibili semplificazioni. Questo apre interrogativi sul versante educativo.

Queste condizioni rappresentano i prerequisiti di una comunicazione autentica nell'era digitale che si sostanzia in ascolto, capacità di dialogo, riconoscimento dell'altro. Solo così la riduzione del fattore spazio temporale ci aiuta a sviluppare una comunicazione intesa come relazione e incontro vero. La capacità di ascolto comporta che mi interessa anche quello che l'altro ha da dire e non solo quello che io devo esprimere: è il vivere la comunicazione in modo multidirezionale e non sono unidirezionale.

Se riprendiamo queste ultime indicazioni in particolare il prendere una direzione e il riandare all'essenziale, sentiamo come l'evangelizzazione possa davvero dare alla comunicazione un'anima, un centro gravitazionale fondamentale, a patto però che sia fatta correttamente, rispettando i criteri e i codici che la comunicazione nell'epoca digitale ci chiede.

Da questo punto di vista Gesù dà delle indicazioni di una grandissima attualità, infatti, ci insegna a comunicare narrando. Nella società dell'informazione, invece, si rischia di diventare grandi consumatori di notizie ma





incapaci di raccontare. E il racconto, la narrazione, è uno strumento comunicativo ed educativo preziosissimo. Intanto è una 'palestra etica', come scriveva Ricoeur, che ci costringe a discernere tra cosa è importante e cosa no, a mettere in ordine gli avvenimenti secondo un filo di collegamento capace di interpretarli, a prendere posizione su cosa è bene e cosa è male. Come sosteneva Bachtin, la narrazione è sempre polifonica, perché intreccia le voci e le vicende di tanti, e anche 'policronica', perché abbraccia presente passato e futuro, biografie personali e storia collettiva.

Spesso proprio dall'altro che speriamo di sentirci raccontare chi siamo. Come nel Vangelo di Gesù, che conosce la verità intima di ciascuno al di là delle 'etichette' sociali che uno sguardo esterno e legato ai pregiudizi appiccica alle persone (l'adultera, il pubblicano, la samaritana...). Lo sguardo dell'amore ci restituisce invece la nostra identità più piena e vera, e uno sguardo nuovo sul mondo. Oggi si parla tanto di 'convergenza', con un significato prettamente tecnologico. Ma c'è anche una convergenza tra rete e fede, che rende il mondo di oggi propizio all'annuncio. La rete oggi non solo un luogo di relazione e di costruzione dell'identità per i giovani. È un'estensione del mondo, che ci rende più vicini e che noi dobbiamo riuscire a narrare.

È una missione fondamentale per chi ama e cammina!

