

Editoriale

Viviamo in un'epoca di comunicazione ipertrofica: accelerata, superficiale ed esagerata al medesimo tempo. Un cinguettio di 120-140 caratteri, spazi compresi, ne è forse l'emblema più evidente.

I dibattiti televisivi lasciano – spesso ai personaggi più improbabili – pochi istanti per esprimere opinioni che richiederebbero riflessioni complesse. L'approfondimento tende a scomparire, il vocabolario a ridursi, la sintassi a semplificarsi. Un indicativo pieno di certezze e sicuro di sé erode sempre più gli spazi di un congiuntivo che non teme di dubitare, antepoendo un “se” al proprio discorso.

Si parla molto, ma si dice poco e si ascolta ancora meno. I *social network* moltiplicano le occasioni di comunicazione, mentre l'uso compulsivo dei dispositivi elettronici sostituisce le forme tradizionali di comunicazione: alla prossimità si sostituisce la distanza, al contatto il distacco. La comunione lascia spazio alla consumazione.

Certo, la comunicazione commerciale e politica manifesta una cura attenta per le parole. Lo fa in vista di una persuasione che – affidata agli *spin doctor* – facilmente diviene manipolazione. I media persuadono. Non lo fanno sul breve periodo, ma sul medio-lungo, attraverso una ripetizione che in sé convince, producendo un pensiero unico, autoevidente e *mainstream*. Si sostituiscono, così, a quel senso comune che costituisce il fondamento di ogni etica e di ogni convivenza umana. Rispetto a una tale capacità persuasiva risultiamo sempre irrimediabilmente indifesi. Ci viene forse insegnato come smascherare un ragionamento fallace, ma nessuno ci insegna a difenderci dai meccanismi impliciti – tanto semplici quanto efficaci – della comunicazione di massa. In questo modo si finisce per accordare credito a chiunque proponga facili ricette per colmare le nostre mancanze, o a chi non manifesti alcun dubbio nel ritrovare l'origine e la causa di tutti i mali del mondo in un individuo, in un gruppo

umano, in una istituzione. Siamo alla costante ricerca di spiegazioni e di soluzioni, ma siamo anche irrimediabilmente pigri: ogni spiegazione e ogni soluzione a buon mercato ci appaga e ci conquista. La verità, tuttavia, è sempre a caro prezzo. Non sarà mai un prodotto di consumo – un biscotto, un profumo, un telefono – a renderci felici, né sarà mai la chiusura di una frontiera o un cambio di moneta o di governo a salvarci.

Si pensa di poter compiere una cosa difficile, comunicare, in modo facile: svuotando, abbreviando e moltiplicando. Il risultato è evidente: una comunicazione di cattiva qualità nega ciò che afferma. Diviene cioè una rottura della comunicazione: nei casi più gravi diviene addirittura aggressione verbale, offesa. La sua accelerazione trasforma il dialogo in monologo: apparentemente c'è comunicazione, in realtà ciascuno rimane fermo in una narcisistica esposizione di sé. Non si comunica, ci si esprime. Nessuno realmente ascolta e impara dall'altro, nessuno è realmente implicato e coinvolto nella comunicazione. Ogni parola pretende di essere l'ultima: non apre, ma chiude.

Si tratta di una tendenza che assume proporzioni tali da prendere le forme di una preoccupante patologia sociale. Tutti parlano, nessuno comunica. Ciascuno rimane chiuso in se stesso, non incontra mai l'altro.

La comunicazione breve non è in sé un male. Quando essa riconosce alle parole la dovuta importanza, è addirittura un'arte. Lo è anche in senso tecnico: ne sono esempi le forme poetiche brevi come l'Haiku giapponese (tre soli versi di 17 sillabe complessive), le mini o micro-poesie scritte dalla fine dell'Ottocento in poi (*Mattina – M'illumino / d'immenso* forse la più breve in assoluto, di Ungaretti) e gli aforismi, tanto più preziosi quanto più lapidari (*Il dire breve è migliore che lungo* – Guicciardini). Si tratta di forme letterarie che hanno in comune la padronanza della parola. Chi le pratica, ottiene il massimo risultato in termini di significato (di senso, si dovrebbe dire) a partire da un numero minimo di significanti. Riesce inoltre a creare qualcosa che resta nel tempo, in cui ci si riconosce immediatamente e che si ricorda con facilità.

Ma comunicare restituendo peso alle parole è appunto un'arte che domanda di essere appresa. Richiede cura e attenzione. Altrimenti ci si espone al rischio che un aforisma – proprio un aforisma! – attribuito a un uomo politico di lunghissimo corso esprima non senza una cer-

ta ironia: *Quando una cosa difficile ti sembra facile, vuol dire che non hai capito niente.*

La comunicazione non è affatto facile e non è mai senza rischi, e noi davvero rischiamo di non averlo capito. Rispetto a una comunicazione (sempre più) accelerata, superficiale ed esagerata, vale ancora oggi l'avvertimento del card. Martini: la vera comunicazione è graduale, prudente, rispettosa dell'altro. Un eccesso di comunicazione, infatti, annienta l'altro e lo annulla.¹ Non apre, ma chiude. Non comunica, ma scomunica.

Restituire alle parole il rispetto che meritano, misurandole, soppestandole e accordando loro il giusto tempo, significa esercitare quella gradualità, quella prudenza, quel rispetto dell'altro che costituiscono l'essenziale di ogni vera comunicazione. La quale non è mai una esposizione di sé o una manipolazione dell'altro da sé, ma una comunione che passa dalla parola: dalla sua potenza e dalla sua fragilità.

¹ Cfr. la lettera pastorale *Effatà Apriti* (1990).