

Rivista dell'Associazione

# INCONTRI

Semestrale - Anno III

n. 6

luglio-dicembre 2011

## *Quale comunicazione?*

*Quale comunicazione?* pag. 3

### *I mezzi di comunicazione di massa e il loro impatto*

MICHELE BRANCALE

La stazione della dogana dove si smistano le notizie. *Informare e comunicare: uno sguardo a due binari sconnessi in 13 considerazioni e una poesia* ” 11

GIOVANNI GOZZINI

Televisione e potere politico ” 19

GIOVANNI SPINOSO

Il giornalista e i condizionamenti dei poteri e della politica ” 23

ALBERTO TONINI

Le rivoluzioni di Facebook! O no? *I social network e la primavera araba* ” 29

### *Religione e comunicazione*

ALESSANDRO CORTESI

Linguaggio verbale e non verbale nella liturgia ” 37

SIMONA BORELLO

Omelia oggi: ispirazione, preparazione, esposizione ” 43

RICCARDO SACCENTI

Bibbia e culture: annunciare la Parola di Dio nel mondo plurale ” 51

*Comunicazione ed educazione*

RENZO BONAIUTI

Scuola, comunicazione, relazione. *Collegarsi per resistere all'attuale disagio* pag. 59

VANNA BOFFO

La conversazione in famiglia " 67

MICHAEL GRIFFITHS

Comunicazione economica nell'impresa e bilancio sociale " 73

*Esperienze*

FRANCO VICIANI

Esperienze di comunicazione con persone di diversa civiltà " 79

*Testimoni del nostro tempo*

GIULIO CONTICELLI

Manuela Sadun Paggi, donna del dialogo " 83

*Recensioni*

Enrico Peyretti, *Dialoghi con Norberto Bobbio*, Claudiana, 2011  
(Piero Tani) " 87

*Documenti*

Ernesto Balducci, *Il sì e il no*, Omelia pronunciata per la 26<sup>a</sup> domenica  
del tempo ordinario " 93

*Gli Autori di questo numero* " 99

*Questa Rivista* " 101



## Quale comunicazione?

Partiamo dalla definizione

*Forse è opportuno cominciare questa introduzione leggendo il titolo nel senso più ovvio: “Di che cosa intendiamo parlare?”. Il termine “comunicazione”, infatti, ha molti significati. Qui ci sembra opportuno scegliere il significato più ampio, quello di “partecipazione, trasmissione effettuata per ragioni informative, organizzative, direttive” (Devoto-Oli).*

*Nell’articolo di **Brancale**, il termine è invece usato in senso più restrittivo e la comunicazione è contrapposta all’informazione (“due binari sconnessi”): “l’informazione si rivolge al cittadino in quanto tale e la comunicazione al cittadino utente”; chi fa informazione “deve andare alla ricerca della verità”, mentre l’operatore della comunicazione non si trova ad avere un compito così impegnativo.*

*Anche nell’articolo di **Boffo** si accoglie una definizione restrittiva di comunicazione, distinguendola dalla “conversazione”: alla comunicazione si attribuisce una dimensione sociale più “esteriore e superficiale”, mentre “conversare significa dirigersi gli uni verso gli altri, significa andare incontro, orientarsi, proiettarsi verso il proprio interlocutore in una situazione paritaria”.*

*Lasciando a questi Autori il diritto a definizioni più adeguate allo specifico tema affrontato, assumeremo qui, invece, il termine “comunicazione” nel suo significato più generale – che ci consente quindi di considerare “informazione” e “conversazione” come contenuti o forme specifiche di “comunicazione”.*

*Siamo immersi in comunicazioni di ogni tipo: unidirezionali (televisione, radio, pubblicità stradale, spettacoli teatrali e cinematografici, giornali, riviste, libri, consultazioni della rete, lezioni frontali, omelie, comunicati, ...) e bi- o multi-direzionali (conversazioni, telefonate, discussioni, e-mail, seminari, assemblee, partecipazione a social network, colloqui con operatori “umani” di call center, e con call center automatici,*

...). Ogni comunicazione può essere fonte di informazioni e può contribuire a modificare i caratteri delle nostre relazioni interpersonali.

È opinione largamente diffusa che la quantità di comunicazioni sia in forte crescita a causa di grandi novità tecnologiche intervenute negli ultimi decenni e che continuano a manifestarsi. Vi sono invece opinioni discordi sulla natura e la misura degli effetti di questo cambiamento e, soprattutto, su una valutazione del grado di ordine o di disordine impresso alla vita sociale, e sugli effetti per la nostra felicità.

Non è dubbio, comunque, che effetti ce ne siano stati, e macroscopici. Basta pensare a quanto fortemente le innovazioni tecnologiche siano coinvolte nei grandi cambiamenti che hanno investito l'economia a livello mondiale e che sono direttamente collegati alla crisi in cui siamo drammaticamente coinvolti, dalle modalità assunte dalla globalizzazione al predominio della finanza. Attraverso la rete, si "comunicano" anche servizi, trasferibili in tempo reale in ogni parte del mondo. Lo stesso accade con il denaro, che ha acquistato così una grande mobilità. La disponibilità di notizie in tempo reale ha reso più facile operare forme diverse di arbitraggio e di speculazione, aumentando la volatilità nei mercati finanziari e incentivando lo spostamento delle attività produttive, alla ricerca di un più alto rendimento dei capitali investiti, ma, in molti casi, con guasti ai sistemi economici locali e gravi danni sociali.

Il tentativo di questo numero della rivista di interrogarsi sul tema della comunicazione può solo scalfire problemi così grandi e così complessi. È auspicabile che – proprio su questo tema – si avvii un dibattito tra i lettori, anche attraverso il sito della Rivista, già disponibile per accogliere anche commenti, critiche e proposte. Il sito ([www.polistampa.com](http://www.polistampa.com)) accoglie la versione integrale di alcuni articoli che, per ragioni di spazio, nel fascicolo a stampa sono pubblicati in versione ridotta.

### I mezzi di comunicazione di massa e il loro impatto

**Brancale**, giornalista e poeta, contribuisce al tema con un articolo originale nel titolo e nella composizione. Le "tredici considerazioni" spaziano dalla differenza tra "comunicazione" e "informazione" sopra segnalata, alle conseguenze di un cattivo uso dei tanti nuovi strumenti che la tecnica ci ha messo a disposizione. Si osservano molti aspetti del giornalismo contemporaneo, condizionato anch'esso dalle nuove tecniche, con vantaggi per l'efficienza (basso costo), ma con danni per la qualità del prodotto che giunge nelle nostre mani. Dopo aver parlato, da giornalista,

dell'informazione, in chiusura ci propone una sua poesia per il primo anniversario della beatificazione di Karol Wojtyła.

*Se la qualità dei giornali si è abbassata, che cosa si può dire della loro indipendenza e dell'influenza che stampa e televisione hanno nel condizionare opinioni, carattere e comportamenti dei lettori? Gli articoli di Spinoso e di Gozzini contengono materiale per dare risposte a queste domande; e non sono risposte rassicuranti.*

*L'avvento delle televisioni commerciali e il ruolo crescente e condizionante della pubblicità hanno contribuito, sostiene Gozzini, "alla formazione di un nuovo homo oeconomicus definito non più soltanto dal calcolo razionale della propria utilità, bensì anche dalla partecipazione al mercato dei consumi di massa che diventano di per sé valori e veicoli di identità". La politica stessa diventa un "genere di consumo", mentre "le regole (la democrazia) rimangono sullo sfondo". Il quadro della società italiana attuale e delle sue prospettive che Gozzini ci presenta non potrebbe essere più inquietante.*

*L'articolo di Spinoso ha per oggetto i condizionamenti cui è soggetto il giornalista ad opera dei poteri – soprattutto di quello economico – e della politica. Per il pubblico in genere, televisione e carta stampata sono – o dovrebbero essere – le fonti maggiormente garantite per la raccolta delle informazioni e per il loro controllo, essendo realizzate da persone con adeguata preparazione che questi compiti hanno assunto come dovere professionale. Ma Spinoso ci fornisce diversi indizi ed esempi che mostrano come "l'autonomia e la libertà dai condizionamenti i giornalisti se le devono conquistare su tutti i fronti". Le ragioni spesso non chiarite del cambio di molti direttori di quotidiani, le omissioni di notizie che penalizzerebbero qualche prodotto pubblicizzato sul giornale, le nomine effettuate per «colore politico», l'autocensura dei giornalisti e, non ultima, la fretta con cui molte notizie devono essere confezionate sono tutti elementi che concorrono a condizionare l'indipendenza del giornalista.*

*Oggi la novità principale è costituita dalla comunicazione tramite i social network, che coinvolgono molte persone in uno scambio di informazioni, opinioni, proposte di azione. Si è detto che i social network sono stati il principale motore delle rivolte popolari che hanno costituito gli eventi chiave della "primavera araba". Tonini esamina la questione, giungendo alla conclusione che i nuovi strumenti hanno facilitato il manifestarsi di quegli eventi, rendendo più veloce il processo e ponendolo in tempo reale sotto gli occhi del mondo. Tuttavia, essi non sarebbero stati*

sufficienti, senza alcune premesse, quali “una forte concentrazione di popolazione nelle città, una crescente delegittimazione dei regimi al potere, un’assenza di ricambio della classe dirigente, una forte esposizione al contesto sociale e politico europeo, una mancanza di prospettive per le giovani generazioni”. **Tonini** mostra come controprova il fatto che, mancando quelle precondizioni, in Iran i social network non sono stati in grado di far ottenere alle proteste di massa risultati positivi per la democrazia di quel Paese.

### Religione e comunicazione

**Cortesi** e **Borello** affrontano il tema della comunicazione con riferimento, rispettivamente, ai riti liturgici e alla specifica comunicazione verbale che vi è inserita, l’omelia.

L’articolo di **Cortesi** considera il linguaggio verbale e il linguaggio non verbale della liturgia, insistendo su una lettura della liturgia come occasione per dare accoglienza alla «forza di attrazione onnipotente del Cristo» e allo stesso tempo come rappresentazione della vita quotidiana vissuta dall’uomo, “tempo e spazio allargato in cui accogliere e vivere l’incontro con Dio”. Per illustrare più efficacemente questa idea della liturgia, **Cortesi** fa ripetuto riferimento alle scene e al messaggio del film *Des hommes et des dieux* di **Xavier Beauvois**, un film già commentato nel fascicolo *Beati i puri di cuore?*

**Borello** tratta delle omelie, dal punto di vista comunicativo, considerandone sia il linguaggio sia l’aspetto pastorale. Se la vox populi (in questo caso la voce del popolo di Dio) lamenta che il loro livello medio non sia esaltante, è il caso di leggere l’analisi svolta al riguardo da un’esperta. L’esigenza di entrare in contatto con un pubblico assai diversificato quanto a preparazione di base rende necessario l’impiego di un linguaggio “misto”: a termini tipici della liturgia e della teologia e a termini desueti, “si accosta una aggettivazione (...) ridondante, superficiale, iperbolica, emotiva, legata anche all’uso di diminutivi, esclamazioni, vezzeggiativi”. Al tempo stesso si inseriscono termini del linguaggio parlato, per facilitare la comprensione. **Borello** lamenta che “la formazione di diaconi e presbiteri prevede raramente dei momenti strutturati legati al potenziamento delle proprie capacità comunicative e alla cura di questo specifico momento liturgico” e fornisce indicazioni utili a tale formazione.

L’omelia ha come suo contenuto prevalente il commento alla parola di Dio prevista dalla liturgia del giorno. Proprio sulla Parola di Dio e sulla



sua capacità “di comunicare la Rivelazione alle culture che oggi l’umanità esprime” è dedicato l’articolo di **Saccenti**, anche in riferimento alla Dei Verbum, il documento conciliare che si occupa della Scrittura e del suo ruolo nella Chiesa. Il discorso di Pietro a Pentecoste è l’esempio originario di come l’annuncio “si «incarna» in ogni lingua e in ogni cultura e si fa comprensibile a ogni uomo, così come il Verbo incarnato si è fatto visibile in Gesù”.

### Comunicazione ed educazione

L’essenzialità dell’aspetto comunicativo-relazionale nell’attività scolastica ed educativa in genere anima l’articolo di **Bonaiuti**. La relazione tra insegnante e alunno non passa soltanto attraverso la comunicazione verbale, ma coinvolge tutto il comportamento degli insegnanti. Inoltre, nella scuola non ha importanza solo la comunicazione tra docenti e discenti, ma anche quella che riguarda i rapporti tra dirigente e insegnanti, tra insegnanti e insegnanti, tra scuola e famiglie degli alunni, quella comunicazione che coinvolge la scuola tutta come comunità avente lo specifico obiettivo dell’educazione.

A un tipo di comunicazione con contenuti educativi, interni alla famiglia, fa riferimento anche l’articolo di **Boffo**, il cui principale pregio è quello di farci scoprire la categoria della “conversazione”, non certo intesa come chiacchiera, ma neanche intesa, genericamente, come “colloquio amichevole o familiare cui prendono parte più persone conformandosi a un certo tono o creando una certa atmosfera” (siamo di nuovo a consultare il Devoto-Oli). Per Boffo, la conversazione è “un piacere semplice e intenso, una sorta di pragmatica della vita, non è costruita dalle convenzioni sociali e ha luogo attraverso il dispiegarsi della socievolezza, della discrezione e della gratitudine”. Partendo da questa accezione, **Boffo** analizza la conversazione in famiglia, in particolare per la sua particolare capacità di essere veicolo di modelli educativi.

Di una comunicazione legata ad un particolare tipo di processo educativo si occupa anche l’articolo di **Griffiths**, entrando nel sistema importante di comunicazioni in cui sono inserite le imprese. In particolare, ogni impresa è tenuta a dare conto della propria situazione economica attraverso il bilancio e altri strumenti contabili che devono essere resi pubblici. Queste informazioni devono essere rese disponibili anche ai dipendenti dell’impresa – insieme ad altre notizie relative all’attività della quale sono parte – attraverso adeguati strumenti di comunicazione. Il pro-

*blema ha acquistato nuove dimensioni da quando si è parlato di responsabilità sociale dell'impresa. Le regole che l'impresa si dà per rispondere a questa responsabilità possono essere contenute in un codice etico e, in questo caso, i dipendenti debbono essere anche "educati", attraverso una opportuna forma di comunicazione, circa i comportamenti che dovranno tenere perché siano rispettati gli impegni che l'impresa ha inteso assumersi. Nel suo articolo, Griffiths illustra e commenta alcuni strumenti, di tipo contabile in senso lato, finalizzati a questa comunicazione.*

### Esperienze, testimoni, documenti

*Sul tema della comunicazione tra persone appartenenti a culture diverse, Viciani riferisce di esperienze, fatte nell'ambito della sua attività presso la FAO, come interlocutore di persone appartenenti a diverse civiltà. Queste esperienze segnalano l'esigenza di adeguare a un diverso modo di concepire i collegamenti tra i concetti utilizzati non solo il linguaggio in senso stretto, ma l'impostazione stessa del messaggio che si intende comunicare.*

*A partire da questo fascicolo, dopo un'anticipazione nel numero 3, la Rivista ospiterà in ogni numero una recensione, di un libro o di un'opera cinematografica, attinente al tema. Questa volta il testo recensito è una singolare lunga esperienza di colloquio tra Norberto Bobbio e un intellettuale torinese, Enrico Peyretti, particolarmente impegnato nella promozione della nonviolenza (un suo articolo su questo tema è stato pubblicato sul fascicolo dedicato alla mitezza).*

*Negli ultimi mesi due amici di Incontri sono scomparsi: Manuela Sadun Paggi – presidente dell'Amicizia Ebraico-Cristiana e animatrice instancabile del dialogo interreligioso, che per il numero precedente della Rivista ci aveva regalato una bella riflessione sul chassidismo – e Rodolfo Turco Doni, grande scrittore, membro del Comitato scientifico di Incontri, che partecipò anche all'ideazione di questa Rivista. Dedichiamo a entrambi questo numero della Rivista, nel quale Manuela Sadun è ricordata in un articolo di Conticelli. Ricorderemo Rodolfo Doni nel prossimo numero.*

*Abbiamo, infine, riprodotto nel fascicolo – e ne ringraziamo le Edizioni Borla che hanno dato l'autorizzazione – il testo di un'omelia di Ernesto Balducci. C'è un riferimento forte al tema di questo fascicolo, un'occasione di meditazione sull'esigenza di "comunicare non solo con la lingua ma con i valori".*

Il Direttore



*I mezzi di comunicazione di massa  
e il loro impatto*



MICHELE BRANCALE



## La stazione della dogana dove si smistano le notizie

Informare e comunicare: uno sguardo a due binari  
sconnessi in 13 considerazioni e una poesia

*In ricordo di Silvia Innocenti Caramelli*

1. Si dice che l'informazione si rivolge al cittadino in quanto tale e la comunicazione al cittadino utente. La comunicazione (Uffici per le Relazioni Pubbliche, URP) punta più al cittadino utente che al cittadino elettore. L'utenza è caratterizzata da segmentazione, con più livelli di bisogni degli utenti e diritti (tutelati da normative). La pubblica amministrazione deve caratterizzarsi per trasparenza, pubblicità e accesso. La trasparenza deve essere garantita dall'ufficio stampa; la pubblicità delle attività e dei servizi degli enti attraverso gli URP; l'accesso attraverso una normativa che contempra diritti e doveri dei cittadini. Se questa distinzione è fondata, bisogna purtroppo constatare che la comunicazione viene confusa con l'informazione. Vengono fatte passare per la stessa cosa, ma non lo sono. La bilancia pesa a favore della comunicazione, non dell'informazione. Questa distinzione ha un valore insostituibile, anche se poco praticato, all'interno degli Enti pubblici, che rappresentano l'interesse generale e dove i giornalisti dovrebbero esprimere gli interessi dei cittadini attraverso un'informazione corretta e non attraverso una comunicazione che amplifica, spesso in chiave pubblicitaria, l'azione – o l'inazione politica. Il legislatore, avvertendo il problema, ha affidato l'informazione ai giornalisti e la comunicazione agli URP (per sviluppare la conoscenza e la promozione dei servizi e avvicinare i cittadini ai servizi della pubblica istruzione: la pubblicità, in sé, non è un fatto negativo perché vincola chi la fa a offrire un prodotto buono, non contestabile). Ha osservato Mauro Banchini che “mentre gli uffici stampa hanno la funzione di informare direttamente o indirettamente i cittadini, il ruolo degli uffici di relazioni pubbliche è sicuramente più funzionale agli interessi delle burocrazie. (...) Esasperando al

massimo il concetto l'operatore dell'informazione deve andare alla ricerca della verità, mentre un identico obbligo non ce l'ha l'operatore della comunicazione. Al primo, come giornalista, si applicano infatti i diritti e i doveri dell'intera categoria: la libertà di informazione e di critica, il rispetto per la verità sostanziale dei fatti, l'onestà nei confronti del lettore. Il comunicatore ha un approccio diverso. Dobbiamo invece pensare ad istituzioni pubbliche – e ad una classe politica – che non giocano con le parole quando sostengono la necessità di tendere verso la trasparenza. E dobbiamo pensare ad una categoria che parallelamente rifiuta la dimensione del “dimezzamento” e imbocca con orgoglio la certo più scomoda strada del rigore”.

2. Tanto gli informatori che i comunicatori sono per forza di cose contigui per lavoro alla classe politica, con strumenti di tutela spuntati. Il sindacato dei giornalisti, ad esempio, sviluppa la sua azione su base volontaria e, a parte le grandi vertenze, non riesce a seguire nel dettaglio le diffusissime micro-situazioni irregolari e di contiguità tra giornalismo, comunicazione e classe politica. Per separare le funzioni più parapolitiche da quelle informative, la legge consente all'esecutivo degli enti pubblici di disporre di un addetto stampa e di un portavoce alle sue dirette dipendenze e per il periodo di elezione. La tendenza è stata quella di costituire società partecipate di comunicazione (che non di rado si presentano come di informazione) che potenziano al massimo la disponibilità dei media per la classe dirigente.

3. Nel terzo degli aforismi contenuti nel suo celebre (e tutto da riscoprire) *'Minima moralia'* (1951), Theodor Adorno prefigurava uno stato della società in cui la vita di innumerevoli persone diventa su tutti i piani, non solo quelli lavorativi, quella di agenti e mediatori, che non ingannano “per impulso, ma per principio: e valutano anche se stessi come un utile che non concedono a nessun altro”. Costoro sono capaci di tutto, “anche di amare, ma sempre senza fedeltà”. Il ritratto di Adorno era puntuale e non privo di ironia: “Sono le persone per bene, gli amabili, che sono amici con tutti, i giusti, che scusano umanamente ogni bassezza e – incorruttibili – diffamano come sentimentale ogni impulso non regolato”. Si tratta di espressioni di una conflittualità fluida perché subdola. Ne è pervasa tanto l'informazione che la comunicazione.