

San Paolo, modello di comunicatore

Giuseppe Mazza

Due premesse e una domanda

Due premesse ci sembrano immediatamente necessarie. La prima riguarda l'impostazione generale: l'esposizione nasce come riflessione di uno studioso di teologia fondamentale e di filosofia della comunicazione. In quanto tale, non prende le mosse da un approccio biblico, ma sviluppa la propria argomentazione in maniera interdisciplinare, a cavallo fra teologia, antropologia e scienze della comunicazione. La seconda premessa riguarda una doppia scelta lessicale operata nel titolo, che per ora ci limitiamo a richiamare all'attenzione: l'uso del termine "modello" e quello di "comunicatore" al posto di "comunicazione".

Entriamo *in medias res* ponendoci anzitutto una domanda: dal punto di vista operativo, oltre che teologico-pastorale, qual è l'utilità di tentare la definizione di un "modello" di comunicazione? E più in particolare: a che cosa può servire evidenziare le coordinate del modello paolino di comunicazione (ammesso che ve ne sia uno)?

Una risposta esauriente richiederebbe approfondimenti che vanno ben al di là delle intenzioni del presente intervento. Ci sembra però importante sgomberare il campo da alcuni equivoci insiti da sempre nell'intramontata mania della "caccia al modello". Per farlo, facciamo qualche passo indietro e gettiamo uno sguardo sull'universo dischiuso dall'interazione fra teologia e studi sulla comunicazione.

Modello o paradigma?

L'utilizzo del concetto di "modello" in teologia, mutuato primariamente dalle scienze naturali, ha avuto un certo seguito a partire dalla metà del secolo scorso¹. Esso esprime il tentativo di «giungere a una conoscenza più approfondita e organica dell'oggetto della teologia (concepita sia in generale che nella sua divisione in discipline) e, allo stesso tempo, di pervenire a individuare in modo sistematico la natura del pensiero teologico stesso, le sue "leggi" costitutive e le sue dinamiche interne, i complessi sviluppi e mutamenti di quegli elementi che ne costituiscono l'essenza e che definiscono le sue principali categorie epistemologiche»². In tal senso, il concetto di "modello" è ampiamente affine a quello di "paradigma", del quale richiama l'intento esplicativo capace di inglobare le generalizzazioni simboliche, valoriali e operative condivise da una comunità³. Mentre però il richiamo al modello esprime un più marcato intento di formalizzazione teorica, il paradigma rimanda a una comprensione di fondo (o anche a una precomprensione) che riassume «un modo di

¹ Si vedano ad esempio i riferimenti bibliografici in M. Bielawski, *La questione dei modelli teologici*, in M. Bielawski – M. Sheridan (edd.), *Storia e teologia all'incrocio. Orizzonti e percorsi di una disciplina*, Roma 2002, 280 (nota 6); come pure: M. McLain, «On theological models», in *Harvard Theological Review* 62 (1969) 155-187; R. Scharlemann, «Theological models and their construction», in *Journal of Religion* 53 (1973) 65-82; S. Morandini, *Scienza e teologia in dialogo: in concetto di modello*, in *Vivens homo* 2 (1991) 69-95; J.H. Kroeger, «The theological Model's Approach: its Relevance Today», in *AFER* 43 (2001) 86-98; G. Bof, «Teologia», in G. Barbaglio - G. Bof - S. Dianich (edd.), *Teologia (Dizionari San Paolo)*, San Paolo, Cinisello Balsamo 2002, 1627-1631; D. Klemm - W. Klink, «Constructing and Testing Theological Models», in *Zygon* 38 (2003) 495-528. Per un confronto tra la concezione scientifica e quella teologica del concetto di modello si veda F. Ferré, «Mapping the Logic of Models in Science and Theology», in *The Christian Scholar* XLVI (1963) 9-39; R. Biord Castillo, «El Conocimiento por Modelos. Análisis de la pluralidad de los lenguajes científico y religioso», in *Anthropos* (Venezuela) 37 (1998) 51-73; C. Caltagirone, *Scienze e teologia. Incontri e scontri ai confini della conoscenza*, EDB, Bologna 2002 (in particolare 135-149).

² Così in L. Zak, «Alcuni "modelli" storici di teologia», in G. Lorizio (ed.), *Teologia fondamentale, I: Epistemologia*, Città Nuova, Roma 2004, 56-115, qui 56-57. Cfr. Bielawski, cit., 279.

³ Così, ad esempio, nel classico di T.S. Kuhn, *La struttura delle rivoluzioni scientifiche*, tr. it. Einaudi, Torino 1999, 213-226. Per Zak la lussureggiante polisemia del termine "modello" è occasione di ambiguità e fonte di "debolezza" nell'utilizzo teologico del concetto: cfr. Zak, cit., e Id., «La "storia della teologia" nella prospettiva della "modellistica"», in *Reportata*, 15 giugno 2007, spec. §3, su <https://mondodomani.org/reportata/zak03.htm>.

sentire, di percepire, di intendere, di valutare, di giudicare la realtà; di rapportarsi vitalmente ad essa agendo, operando, creando relazioni, così da orientare la propria esistenza, le dinamiche dei rapporti intersoggettivi e la trasformazione del mondo»: un ponte, insomma, tra globale e reale, un'interfaccia viva e operativa che raccoglie «tutte le premesse, le implicazioni, i postulati consapevoli o non consapevoli, le convinzioni, le coazioni e le idiosincrasie, le abitudini, le pratiche, le consuetudini, i riti, le dottrine, gli schemi interpretativi e di azioni, e i comportamenti»⁴.

Le potenzialità induttive del paradigma lo rendono il riferimento obbligato per rendere ragione non solo di uno sforzo di comprensione che tende a tirare le somme, tracciando schemi e strutture ipotetiche, ma anche di un retroterra (forse non esplicito, ma tutt'altro che ideale) che prelude all'espressione storica del quadro teorico. *Il paradigma presume uno sfondo che fa la differenza*. Anche per questo, se è in gioco un riferimento alla comunicazione, esso offre qualcosa in più rispetto alla sfera concettuale del modello.

A partire dagli anni Settanta la teologia nordamericana ha cercato di agganciare il riferimento ai modelli teologici all'universo aperto della comunicazione. L'autorevole sintesi di Avery Dulles, condensata in *Models of the Church* (1974)⁵ e in *Models of Revelation* (1983), si pone nella prospettiva di una teologia della rivelazione e rielabora una teoria dei modelli sulla scia di E. Troeltsch e del Niebuhr di *Christ and Culture*⁶. La ricerca di modelli "teorici" della rivelazione trova aggancio con gli studi sulla comunicazione proprio tramite l'idea guida di Dulles, per il quale la chiesa è in se stessa comunicazione⁷. La metodologia di fondo è quella della formalizzazione logico-scientifica: alla rivelazione come modello teorico (sull'impronta di I.G. Barbour) fa da *pendant* la teoria dei modelli di scambio applicati alla comunicazione sin dagli anni Quaranta (dalla teoria ipodermica di H. Lasswell⁸ al modello matematico di Shannon e Weaver⁹, dai modelli informativi improntati alla linguistica di Jakobson agli sviluppi della scuola di Palo Alto). Se quindi Dulles può affermare che «ricorrendo all'analogia si può dire che il modello teologico è per la religione lo stesso che il modello teoretico per la scienza»¹⁰, è ovvio aspettarsi un equivalente grado di formalizzazione per la funzione dei modelli in comunicazione.

La realtà dei fatti, però, smentisce questa assunzione. Tanto gli studi più recenti sulla comunicazione quanto il senso comune concordano nel ritenere l'atto comunicativo molto più complesso di quanto riesca ad esprimere la sintesi di un modello. Questo vale a tre livelli:

- a livello delle dinamiche e dei contenuti, perché nessuna codifica può esaurirli, neanche su base ciclica o stagionale;
- a livello contestuale, perché ogni comunicato risveglia l'attenzione su un sostrato non-comunicativo che è altrettanto eloquente e imprescindibilmente legato ad esso;

⁴ Bof, cit., 1628.

⁵ Tr. it. *Modelli di chiesa*, Messaggero, Padova 2005. Per una rilettura critica, si veda T. Merrigan, «Models in the Theology of Avery Dulles: A Critical Analysis», in *Bijdragen. Tijdschrift voor Filosofie en Theologie* 54 (1993) 141-161.

⁶ Recentemente apparso in edizione italiana: H.R. Niebuhr, *Cristo e la cultura*, tr. it. di L. Oviedo, Aracne, Roma 2016.

⁷ L'aggancio è evidenziato, tra gli altri, da W. Thorn, «Models of Church and Communication», in P.A. Soukup (ed.), *Media, Culture and Catholicism*, Sharn & Ward, Kansas City 1996, 82ss.

⁸ Già dagli anni Sessanta fu più che evidente il tentativo di superare la rigidità del modello matematico. I campi di applicazione della semiotica e delle scienze sociali spianarono il terreno per un'attenzione più circostanziata alla complessità dei processi comunicativi, ora interpretati con un filtro più realistico di quello lineare. Molte di queste riletture hanno avuto fortuna fino ai giorni nostri: si pensi, per citare solo un esempio, alla rivisitazione del modello di Katz e Lazarsfeld (1955) nella comunicazione via Twitter: cfr. M. Hilbert et al., «One Step, Two Step, Network Step? Complementary Perspectives on Communication Flows in Twittered Citizen Protests», in *Social Science Computer Review* 35 (4/2017) 444-461; S. Choi, «The Two-Step Flow of Communication in Twitter-Based Public Forums», in *Social Science Computer Review* 33 (6/2015) 696-711.

⁹ C.E. Shannon – W. Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, University of Illinois Press, Urbana 1949, tr. it. *La teoria matematica delle comunicazioni*, Etas Kompass, Milano 1971.

¹⁰ *Models of Revelation*, New York 1983, tr. it. *Modelli della rivelazione*, PUL, Città del Vaticano 2010, 32. L'epistemologia di Lonergan parte dai medesimi presupposti: cfr. Lonergan, *Method in Theology*, Toronto 1990 (orig. 1972); tr. it. *Il Metodo in Teologia*, Città Nuova, Roma 2001, 317.

- a livello degli effetti, perché (come dimostra il fallimento delle teorie pubblicitarie della prima metà del Novecento) nessun modello può rivendicare un'efficacia previsionale tale da rendere vana l'attenzione fenomenologica risolleata da ciascun nuovo atto comunicativo.

Il caso specifico di Paolo di Tarso rende ancora più difficoltosa la schematizzazione di un modello comunicativo. Vedremo di seguito perché.

Paolo: un atleta della comunicazione

Non ci risulta affatto difficile considerare Paolo di Tarso un comunicatore d'eccellenza¹¹. Lo facciamo a ragion veduta: l'Apostolo è all'origine di un movimento di annuncio di larghissime proporzioni ed è innegabile la forza propulsiva da lui impressa alla maturazione delle comunità delle origini.

Dell'intraprendenza di Paolo si resta stupiti: uomo dalle vedute larghe e dalle scelte coraggiose, sfida i tempi e gli spazi delle culture per ascrivervi la scomoda eventualità di una proposta alternativa. Paga di persona per ciò che annunzia. Incompreso, continua a comunicare quell'unico vangelo in cui riconosce l'esordio incandescente di una storia di salvezza.

Il successo del suo apostolato – lo ricordava Benedetto XVI – dipende soprattutto «da un coinvolgimento personale nell'annunciare il vangelo con totale dedizione a Cristo; dedizione che non temette rischi, difficoltà e persecuzioni»¹². Ma non si tratta di una “consacrazione” solitaria: una vasta schiera di collaboratori ne condivide le ansie e le gioie, le difficoltà e le gratificazioni. Dal punto di vista comunicativo, Paolo è l'esempio lampante di come – per dirla con Birdwhistell – un individuo *non comunichi, ma partecipi sempre a una comunicazione*¹³.

Quest'ultimo punto è degno di nota. La comunicazione di Paolo è condivisa, a vari livelli, da un'efficace rete di collaboratori¹⁴ che fungono da interfaccia operativa con il territorio, del quale animano la partecipazione attiva, responsabile e consapevole. La nomenclatura è varia – Paolo parla di “collaboratore” (*synergós*), di “fratello” (*adelphós*), di “ministro” (*diákonos*), di “apostolo” (*apóstolos*) –, ma la funzione di cerniera con le risorse locali è chiarissima. Non si tratta di meri amplificatori, ma di promotori corresponsabili di un'unica opera. Molti nomi sono assai noti, altri un po' meno: Èpafra (cfr. Col 1,7; 4,12; Fm 23), Epafrodito (cfr. Fil 2,25; 4,18), Tichico (cfr. At 20,4; Ef 6,21; Col 4,7; 2Tm 4,12; Tt 3,12), Urbano (cfr. Rm 16,9), Gaio e Aristarco (cfr. At 19,29; 20,4; 27,2; Col 4,10), Febe (cfr. Rm 16,1), Trifèna e Trifòsa (cfr. Rm 16,12), Pèrside (cfr. Rm 16,12-13), Prisca e Aquila (cfr. Rm 16,3; 1Cor 16,19; 2Tm 4,19) e, fra tutti, la figura di Timoteo, menzionata più di 20 volte e destinataria diretta di molte indicazioni e raccomandazioni dell'Apostolo.

È dunque ben chiara l'indole “transitiva” – insieme partecipativa e transazionale – della comunicazione paolina: essa riluce nel coinvolgimento negoziale delle risorse locali, nella ricca e cordiale fenomenologia dell'incontro e dello scambio, nella logica promozionale del “mandato” ai collaboratori che, ben lungi dal prospettarsi come semplice subdelega, associa uomini e donne al ministero di un annuncio responsabile.

Questa ricchezza tattica e programmatica è difficilmente sintetizzabile in un modello schematico, e questo non tanto e non solo per la complessità intrinseca dei processi in atto. Ad essere in gioco è anche un denso sostrato contestuale che, agendo a livello precomprensivo, si innesta in uno stile comunicativo trasformandolo. Alcuni elementi impliciti nell'esperienza di vita e di annuncio di Paolo sembrano, a conti fatti, più determinanti di altri nella qualificazione di un eventuale modello

¹¹ Per quanto seguirà rimandiamo senz'altro ai contributi raccolti in G. Mazza – G. Perego (edd.), *Paolo: una strategia di annuncio. Identikit di una comunicazione d'impatto*, San Paolo, Cinisello Balsamo 2009.

¹² Benedetto XVI, *Omelia in occasione dei primi vesperi della solennità dei SS. apostoli Pietro e Paolo*, Basilica di san Paolo fuori le mura, 28 giugno 2007. Il testo integrale è disponibile su internet all'indirizzo http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/homilies/2007/documents/hf_ben-xvi_hom_20070628_vespri_it.html.

¹³ La citazione figura in P. Watzlawick – J.H. Beavin – D.D. Jackson, *Pragmatica della comunicazione umana. Studio dei modelli interattivi, delle patologie e dei paradossi*, Astrolabio – Ubaldini, Roma 1971, 62.

¹⁴ E.E. Ellis, «Collaboratori, Paolo e i suoi», in G.F. Hawthorne – R.P. Martin – D.G. Reid – R. Penna (edd.), *Dizionario di Paolo e delle sue lettere*, San Paolo, Cinisello Balsamo 2000², 256-266. In particolare si veda la tabella alle pp. 258-259.

comunicativo paolino: come vedremo, si tratta proprio degli elementi più inafferrabili. A questo aggiungiamo il fatto che per ciascuna testimonianza documentaria delle virtù comunicative legate alla diffusione dell'opera paolina se ne potrebbe probabilmente elencare un'altra di segno contrario. Alcuni tratti biografici dell'Apostolo argomentano decisamente a sfavore in termini di efficacia comunicativa: può sorprendere, ma alcuni testi lascerebbero addirittura presagire che il Paolo comunicatore sia una vera e propria mistificazione!

Questo insieme di considerazioni scoraggia ogni tentativo di articolare un modello ideale di comunicazione riferito allo stile dell'Apostolo. Se anche questo fosse possibile, non sarebbe necessariamente la cosa più utile. Potremmo avere più fortuna (e più vantaggio) nel cercare allora di individuare un *paradigma* paolino di comunicazione? Alla luce della distinzione terminologica che abbiamo stilizzato, la risposta è probabilmente sì. Ed è certamente utile almeno nel senso di un recupero di tutte quelle dimensioni implicite, di sfondo, cui abbiamo accennato e che hanno almeno tanta importanza quanto quelle, più effervescenti, che derivano dalla travolgente eloquenza pastorale testimoniata dalle Lettere. Se la comunicazione di Paolo fosse un quadro d'autore, i vuoti, le ombre, i chiaroscuri, le tracce meno espressive avrebbero la stessa importanza delle pennellate più vivaci. Se è lo sfondo a fare davvero la differenza, occorre comprenderne il portato comunicativo in tutta la sua magnitudine.

Un retroterra indicibile

Iniziamo quindi, paradossalmente, dal Paolo non-comunicatore, dal suo retroterra complesso, da quello che – al di là delle nostre aspettative più immediate – egli *non dice*. Dietro alla figura titanica che siamo abituati a ipotizzare leggendo le Lettere c'è, come annota Perego,

una personalità forgiata sotto i colpi di numerose sconfitte e poche vittorie. Tra le esperienze più dolorose, alcune meritano un cenno: l'irrigidimento nei suoi confronti di Antiochia, la chiesa dove Paolo aveva vissuto la prima esperienza missionaria (Galati 2,1-21); gli insulti dei fratelli di Corinto, la comunità dalle grandi promesse (2Corinti 10-13); la defezione di alcuni fedeli collaboratori che disertano (1Timoteo 1,20; 2Timoteo 4,10); il totale distacco della comunità romana nella sua ultima prigionia (2Timoteo 4,16), per non parlare degli oppositori cristiani, vera «spina nella carne» del suo apostolato (2Corinzi 12,7)¹⁵.

Dal punto di vista storico, Paolo è testimone di grandi mutamenti, con i quali deve fare i conti nella sua opera di evangelizzazione. Scrive ancora Perego:

Con Paolo gli equilibri del mondo cambiano: il baricentro della fede si sposta da Gerusalemme a Roma; il fulcro dell'identità religiosa passa dallo splendore del tempio alla ferialità delle chiese domestiche; la formazione assicurata dai maestri della Torah ora è delegata alla testimonianza dei collaboratori di Paolo, uomini e donne; i principi della separazione e dell'elezione cedono il passo a quelli dell'incarnazione e dell'inculturazione, non esenti da rischi.

Alle difficoltà del contesto si aggiungono alcuni limiti personali. A giudicare dai conflitti, interni ed esterni alle sue comunità e ai suoi rapporti con la leadership della prima chiesa, il suo carattere non era probabilmente dei più amabili. Non è un abile parlatore: i suoi avversari ne rimarcano la debole presenza fisica e la parola dimessa (cfr. 2Cor 10,10). Del resto, sembra che a monte della sua attività di comunicatore – e di scrittore *in primis* – ci sia stata un'esigenza pressante, più che il gusto di un hobby esercitato per passione: un dovere più che un vanto, come dirà lui stesso (cfr. 1Cor 9,16). Scrive Romano Penna:

Non era nato [...] con la vocazione dello scrittore. Non vi era predisposto già nel senso materiale del saper impugnare un calamo (visto che i suoi scarsi interventi di questo genere, stando a quanto leggiamo in Gal 6,11, dovevano essere poco eleganti), ma neanche quanto all'orgoglio e al piacere di saper

¹⁵ «Così passò dal fango alla luce», in *Famiglia cristiana* n. 21 (25 maggio 2008). Sull'identificazione della «spina nella carne» sono state comunque formulate varie ipotesi, pur senza un convincente supporto documentale per alcuna di esse: oltre a generiche tentazioni carnali, si è parlato di epilessia (forse per analogia con quanto narrato in merito all'esperienza di Damasco), isteria, emicrania, depressione, sciatica, reumatismi, sordità, lebbra, balbuzie, disturbi visivi.

stendere un qualsivoglia testo magari per dettatura a uno scrivano, come di solito avveniva (visto che in 2Cor 11,6 si professa inesperto nella parola)¹⁶.

Non gli interessa tanto la forma, quanto il contenuto. E l'impressione generale è che

la materia che Paolo ha da comunicare ecceda talmente la sua capacità di trasmissione verbale da creare nella sua mente una sorta di intasamento concettuale e quindi una tale densità da risultare di difficile comprensione¹⁷.

È esattamente questo "eccedere" a fare la differenza. Paolo sembra richiamarlo ovunque: il riflesso dell'indicibile gloria divina rifulge in noi «come in uno specchio» (2Cor 3,18), ma – lungi dal contenerla – la nostra percezione di essa resta confusa, imperfetta (cfr. 1Cor 13,12)¹⁸; anche nella preghiera «nemmeno sappiamo che cosa sia conveniente domandare, ma lo Spirito stesso intercede con insistenza per noi, con gemiti inesprimibili» (Rm 8,26); del resto, il discepolo di Cristo sa che il limite terreno non può essere considerato come l'ultima frontiera della sua esistenza, essendo egli sempre chiamato a fissare lo sguardo sulle cose invisibili, che eccedono quelle visibili (cfr. 2Cor 4,18).

È dunque molto più quello che *non* riusciamo a dire rispetto a ciò che riusciamo a comunicare. Paolo stesso, rapito dal mistero della grazia, è ben consapevole di comunicare (solo) ciò che vive in lui, un dono che lo supera e lo trascende infinitamente: «Non sono più io che vivo, ma Cristo vive in me» (Gal 2,20). Egli è apostolo «per volontà di Dio» (2Cor 1,1) e «per vocazione» (Rm 1,1; 1Cor 1,1), ma la sua stessa autocomprensione, il suo essere apostolo, implica l'essere "preso" dal Cristo, il vedere Cristo, l'essere irradiato da Lui¹⁹.

Di questo sostrato silente e precomprensivo in Paolo siamo testimoni solo indirettamente. Ne fanno parte la sua interiorità spesso tormentata, il ritorno psicologico ed emotivo di un agire pastorale intenso, le insondabili profondità della sua esperienza personale del mistero, della grazia, della rivelazione di quel Dio che aveva imparato a conoscere sin dalla giovinezza e che aveva "re-imparato" da adulto. Ne fa parte un'esperienza universale che accomuna Paolo a tutti i veri comunicatori, una coordinata antropologica che potrebbe fare da cifra per ogni tipo di comunicazione autentica. Si tratta della *carta d'identità della comunicazione di Paolo*: è la dimensione dell'*ascolto*.

Un comunicatore in ascolto

Il Paolo comunicatore che conosciamo dalle Scritture pone al centro della sua azione la *fedeltà originaria e originante dell'ascolto*. Lo si è già visto menzionando la rete dei suoi collaboratori: comunicare in ascolto delle comunità, del loro contesto e delle loro realistiche prospettive e problematiche è la garanzia, per Paolo, di una diligente fedeltà al suo stesso mandato di annunciatore del vangelo. È un riflesso di quella recettività verso la grazia che egli ritiene fontale, riconoscendo che il suo ministero semplicemente non esisterebbe senza il primato assoluto di quella salvezza da cui è stato afferrato. È, infine, la condizione imprescindibile per cogliere i segni del suo tempo e operarvi la consegna di quella divina verità che sempre anela alla carne della nostra storia concreta. Incontrando e ascoltando gli altri, Paolo attinge se stesso, la propria vocazione ultima, la verità del suo mandato missionario. Annunziando *si* annunzia, e – analogamente – ascoltando *si* ascolta.

¹⁶ «San Paolo comunicatore», in *Vita Pastorale* (6/2012).

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ La traduzione italiana di 2Cor 3,18b utilizza il termine "specchio", ma trascura il riferimento alla materialità rudimentale dello strumento (che al tempo di Paolo non rifletteva le immagini in maniera perfettamente nitida e fedele), presente invece in 1Cor 13,12 («Ora vediamo come in uno specchio, in maniera confusa; ma allora vedremo faccia a faccia. Ora conosco in modo imperfetto, allora conoscerò perfettamente, come anch'io sono conosciuto»). Considerando l'etimo di *katoptrizesthai* e l'eventualità di traduzioni migliori di quella CEI (si veda ad es. la proposta di F. Manzi, *Seconda lettera ai Corinzi*, Paoline, Milano 2002, 169) la contraddizione tra i due passi viene meno: il riflesso della gloria divina non esclude il fatto che la nostra contemplazione di essa avvenga sempre in modo imperfetto e limitato.

¹⁹ Le due dimensioni sono chiaramente collegate in 1Cor 9,1: «Non sono forse io apostolo? Non ho io forse veduto Gesù, Signore nostro?».

Anche oltre l'orizzonte dell'esperienza religiosa, l'ascolto rappresenta una dinamica comunicativa imprescindibile. È infatti parte integrante del processo comunicativo: non soltanto come suo antecedente logico, non soltanto come sua condizione e garanzia, ma anche e anzitutto come dato costitutivo del suo stesso articolarsi. Da un lato ascoltare è già in sé un comunicare; dall'altro nessun tipo di comunicazione può prescindere mai dall'esercizio fattivo dell'ascolto: esso non le è estraneo, ma la connota come l'"altra faccia" di un'unica medaglia. La vera comunicazione è sempre (in) ascolto: programmaticamente esposta al fuori-di-sé, empaticamente aperta all'ambiente (oggetto, contesto, destinatario) del suo darsi, che assorbe e riconosce sempre come proprio.

Le comunicazioni sociali attingono più di ogni altra scienza alla dimensione anzitutto antropologica di quell'ascolto che – è appena il caso di ribadirlo – non identifica ormai soltanto uno spazio aurale e non interpella più soltanto la dimensione uditiva. Potremmo iperbolicamente affermare che *l'uomo sta al suo mondo come la comunicazione sta all'ascolto*: essere-nel-mondo e comunicare-in-ascolto sono infatti due vettori espressivi dell'umanità dell'uomo, due sentieri sui quali l'uomo è tale e diventa sempre di più se stesso.

Una forma concreta di ascolto: la ricezione attiva

L'ascolto ha molti nomi e molte forme. Il paradigma comunicativo di Paolo ne esprime la tangibile presenza attraverso quella che gli studi della semiotica applicata chiameranno *ricezione attiva*. Essa rappresenta l'atto decisivo della comunicazione stessa, rendendo ragione del fatto che – se mai teoricamente potesse esistere una comunicazione senza emittente cosciente (si pensi alla comunicazione "cibernetica", o a quella veicolata da strutture punto-a-punto nelle reti informatiche) – non potrebbe mai darsi comunicazione che prescinda da un recettore (anche solo virtuale) che le conferisca senso. Questo perché l'atto di "produzione" del senso è un atto meramente antropologico, vincolato cioè all'interazione – che deve essere sempre tale, e non può mai essere delegata ad alcun agente meccanico esterno – di partner umani.

Nella varietà dei suoi gradi (dall'accoglienza immediata, come nel caso dei riflessi condizionati, alla resistenza più critica, demitizzante, decostruente), la ricezione attiva costituisce una costante di ogni processo comunicativo, l'anima stessa del nostro interfacciarsi con il mondo e accoglierlo, più o meno entusiasticamente, come mondo "nostro", mondo umano²⁰.

Paolo insegna molto in questo senso: nessuno potrebbe veramente cogliere il significato più profondo del suo epistolario senza tenere presente le persone concrete cui esso è rivolto: le comunità, i volti, i nomi (alcuni dei quali, come si è visto, sono ricorrentemente menzionati), le situazioni e i contesti che Paolo cita con naturalezza, interpellando ad uno ad uno gli interlocutori del suo discorso, facendo della lettera un veicolo di senso "mirato", orientato precisamente a un nome, a un indirizzo, a una destinazione. Del resto, è proprio mediante un vigilante ascolto, attento al contesto quanto ai dettagli, che Paolo esercita la paternità e l'autorità sulle comunità da lui fondate o che sono nella sua orbita. Cerca infatti di entrare nel tessuto esperienziale dei suoi interlocutori facendo sue istanze, difficoltà, dubbi, ma anche successi e progressi. Coglie tutto il bene che Dio sta operando nelle chiese (a Corinto in 1Cor 1,4-7, a Tessalonica in 1Ts 1,2-10, a Filippi in Fil 1,3-7, e così via), ma si mostra altrettanto consapevole dei problemi che sorgono, delle diatribe e dei contrasti che emergono. Il mondo delle Lettere è dinamico, irregolare, mutevole e asimmetrico come ogni realtà storica: il senso

²⁰ Le scienze del linguaggio ci insegnano che il processo di appropriazione/recezione costituisce l'atto semiotico fondamentale attraverso il quale un soggetto contestualizza un "testo" nella propria "enciclopedia", attualizzando alcuni significati e "narcotizzandone" altri, colmando gli "spazi bianchi" della pagina mediante la propria capacità figurativa, riempiendo i vuoti lasciati (intenzionalmente o meno) dal processo di significazione mediante la propria *vis* immaginifica. La letteratura in merito spazia nel vasto campo degli studi sulla *Rezeptionstheorie* ed è praticamente sterminata. Solo per citare alcuni classici – cui rimandiamo per le nozioni di "enciclopedia", "narcotizzazione", "spazio bianco" (*blank*), "testo semiotico" – si vedano le opere di U. Eco, *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Bompiani, Milano 2000⁷; Id., *Opera aperta. Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee*, Bompiani, Milano 2000; W. Iser, *L'atto della lettura. Una teoria della risposta estetica*, Il Mulino, Bologna 1987. Per una diretta applicazione alla comunicazione religiosa, cfr. C.H. Kraft, *Communication Theory for Christian Witness*, Orbis Books, Maryknoll (NY) 1991, cap. 6.

di Paolo, pur facendosi latore di messaggi universali, è per *quel* mondo, è costruito con e per esso²¹. Non è una comunicazione preconfezionata, a innescarla non è un protocollo ripetibile meccanicamente: è una comunicazione aperta, che *vede nel contesto non un ostacolo, non l'impedimento per l'universalità, ma la sua più connaturale incarnazione*.

Una lezione per noi: comunicare in contesto

Il contesto: ecco ciò che non deve trascurare un comunicatore. È facile sottovalutarlo, ma è imprudente trascurarne l'impatto. La situazione concreta dei soggetti di un'azione pastorale costituisce un vero e proprio *locus theologicus* che sarebbe incosciente ignorare.

Nel discorso di commiato dalla docenza, Schillebeeckx precisò come, a conti fatti, non siano normative tanto le parole e le azioni di Gesù, quanto *le relazioni tra le parole e le azioni e il loro contesto*, visto alla luce della fede. Il dovere di mettersi in rapporto all'ambiente come Gesù si rapportò al proprio lascia intravedere l'esigenza, nella chiesa, di un farsi carne sempre nuovo nei contesti della storia degli uomini²².

Rapportarsi come Cristo, relazionare parola e agire al contesto: è una sfida da raccogliere, consapevoli che smettere di ascoltare il mondo e la storia equivarrebbe a chiudersi in quel brutto ottundimento che J.B. Metz denunciava, paventando una chiesa cattolica

insensibile e testarda come un elefante, e questo ormai assolutamente in una duplice prospettiva: insensibile in primo luogo nei confronti delle seduzioni e delle suggestioni del cosiddetto spirito del tempo, una specie di produttiva inattualità. In secondo luogo, però, insensibile anche e sempre più verso quelli che stanno seduti in alto e indicano la strada agli elefanti²³.

Oggi come ieri può in realtà accadere che la comunità cristiana sia

interessata soprattutto ai contenuti della sua attività comunicativa. Qui emerge la sua preoccupazione per l'ortodossia, intesa nel senso di una coincidenza, sia concettuale che linguistica, con la tradizione. [...] Nei processi di comunicazione ecclesiale non basta produrre delle proposizioni vere. Queste devono essere mediate dai partner, le cui aspettative ed esigenze saranno presenti nella comunicazione – e non soltanto nel modo ma anche nel contenuto –, di fronte alle quali il comunicatore ecclesiastico non rimane puramente passivo. Una comunicazione libera esclude in entrambe le parti la sottomissione. Sia per quanto concerne il contenuto che il linguaggio della comunicazione ecclesiastica, *la fonte teologica della conoscenza è costituita dalla situazione dei partner*²⁴.

L'attenzione alla situazione, al contesto, rende quindi lo scambio comunicativo qualcosa in più di una blanda relazione episodica. Comunicare in contesto, sull'esempio paolino, significa recepire e rielaborare la ricchezza e la complessità della realtà storica con rispetto e sapienza. Il contesto è ben più di un'occasione comunicativa: considerarlo un espediente (un mezzo attraverso il quale raggiungere, fare, dire altro, senza che il mezzo in sé abbia un valore proprio) o un banale preliminare, un pre-testo comunicativo, non solo ne spreca l'efficacia, ma offende la natura stessa dell'atto comunicativo, che *non esiste se non contestualmente*.

²¹ Del resto la lettera non fa altro che prolungare una prassi comunicativa instaurata mediante il contatto diretto di Paolo con la sua gente. Scrive R. Fabris: «La "lettera" è una forma di comunicazione a distanza, fissata per iscritto, che prolunga la comunicazione orale diretta. Il genere epistolare consente a Paolo una certa elasticità nel costruire il suo dialogo a distanza con i destinatari. Le lettere di Paolo sono scritti occasionali in cui si riflette il suo rapporto con la singola comunità. Per entrare in sintonia con la rete di comunicazione creata da Paolo attraverso le lettere, si deve conoscere la situazione vitale sia del mittente – Paolo – sia dei suoi destinatari» (R. Fabris, «"La sollecitudine per tutte le chiese": dalla centralizzazione alla logica di rete», in Mazza – Perego [edd.], cit., 155-156).

²² È forse il più grande dei lasciti dell'ultimo concilio: cfr. E. Borgman, «*Gaudium et spes*: il futuro mancato di un documento rivoluzionario», in *Concilium* 41 (2005/4) 64-75.

²³ L'ardita metafora dell'«elefante cattolico» ricorre, come il testo che citiamo, in un'intervista rilasciata nel 2001 dal teologo di Münster, consultabile in traduzione italiana all'indirizzo internet <https://www.queriniana.it/blog/1-elefante-cattolico-4>.

²⁴ W. Bartholomäus, «La comunicazione nella chiesa. Aspetti di un tema teologico», in *Concilium* 14 (1/1978) 165-187, qui 181. I corsivi sono nostri.

Oltre l'idolatria del significato

Si capisce quindi quanto siano perlomeno ingenuie quelle ermeneutiche che vantano come propria condizione di efficacia la capacità di “estrapolare il significato dal contesto” (come se fosse veramente possibile). Piuttosto, la verità e il senso devono sempre essere ricercati – e lo insegna proprio Paolo – non come “oggetti” materiali da perseguire e “stanare” dal loro presunto nascondiglio, ma come risultanti di una processualità interattiva sempre aperta, dinamica, imprevedibile. La capacità di comunicare in ascolto dovrà sempre rifuggire da quella *ingannevole idolatria del significato* che – propugnando una lettura tendenziosa del celebre adagio McLuhaniano per cui «il medium è il messaggio» – rischia di subordinare la comunicazione stessa a un concetto di verità solipsistico e anticontestuale. Occorre davvero superare quella *deriva comunicativa verso la significazione* che è evidenziata dalla progressione storica attraverso i cosiddetti tre «stadi del segno» (per Peirce: indici, icone e simboli²⁵, ovvero quegli elementi in cui la manualistica classica riconosce la scansione delle «tre età dei segni»²⁶). Non è mai tardi per fare il grande passo che ci affranchi dall'*indole predatoria con cui abitualmente ci accostiamo ai sussidi del nostro sapere*, quell'*intento “escavatorio”* con cui ci preoccupiamo di “scrutare” libri ed eventi, per distillarne concettualità che sono solo frutto di astrazione e di illusoria conquista. L'imperativo dell'ascolto squalifica questo approccio e ci richiama al dovere di una ricerca umile, attenta alla verità dove/come essa si lasci cogliere e non dove/come vorremmo a tutti i costi che fosse.

È questa la premessa più urgente affinché la comunicazione smetta di essere atto di dominio, flusso, direzionalità a tutti i costi performante e deformante, per scoprirsi dono che nasce dal dono, parola dalla (P)parola, dirsi dell'Io che scaturisce dal dono stesso del Tu: ministero di accoglienza, di consegna e di reciprocità, evento di globalità e di partecipazione. Ciò impone senz'altro una rivisitazione di alcuni ben noti *pattern* relazionali²⁷: la retorica “ideologica” dell'annuncio frontale, l'alibi della distanza mediale, la squalifica ideologica di quella fiducia per l'umano che costituisce pur sempre il “credo elementare” di ogni cultura e di ogni religione²⁸.

Una comunicazione capace di ascolto è una comunicazione davvero libera. È così libera che può avvalersi con disinvolta determinazione – senza restarne avvelenata – della strategia relazionale della “fallacia referenziale” (il “diritto alla menzogna”, ovvero la concreta libertà dal referente oggettivo e dalla necessità di sviluppare una corrispondenza univoca tra esso e il significante) e da quella del “non-detto” (i giochi chiaroscurali della luce e delle ombre nelle arti figurative, i silenzi in musica, le omissioni testuali in letteratura, e così via)²⁹.

²⁵ C.S. Peirce, *Semiotica. I fondamenti della semiotica cognitiva*, Einaudi, Torino 1980, 102-103, 139-141, 155-165.

²⁶ Cfr. D. Gambarara, «Dai segni alle lingue. La semiosi tra natura e cultura», in S. Gensini (ed.), *Manuale della comunicazione. Modelli semiotici, linguaggi, pratiche testuali*, Carocci, Roma 1999, 91-117, spec. 114-115.

²⁷ Ne abbiamo parlato anche altrove: cfr. G. Perego – G. Mazza, «Giovani, Bibbia e comunicazione: una “guida all'ascolto” di Dio», in CEI/UCN, *Quaderni della Segreteria Generale della CEI – Notiziario* 35 (2/2006) 39-58; G. Mazza, «L'ostacolo comunicativo, tra logica della distanza e partecipazione empatica», in Mazza – Perego (edd.), *Paolo: una strategia di annuncio*, cit., 185-197.

²⁸ Così, ad esempio, in un illuminante articolo di C. Theobald, «È proprio oggi il “momento favorevole”. Per una lettura teologica del tempo presente», in *La Rivista del Clero Italiano* 87 (5/2006) 356-372. L'autore invoca la riscoperta del principio “generativo” dell'ascolto, nella convinzione che – proprio dal punto di vista cristiano, e non collateralmente rispetto ad esso – una determinata lettura delle Scritture possa realisticamente portarci *al luogo stesso in cui, nella nostra società, la fede sta nascendo*, e possa soprattutto aiutarci a comprendere le condizioni di questa nascita *in quanto condizioni autenticamente umane. È dunque impossibile vivere senza fiducia nella vita*: questa certezza muove l'autore ad auspicare una rinnovata scuola di *humanitas*, le cui radici sono anzitutto evangeliche: il vangelo è infatti «anzitutto una scuola di umanità, senza bisogno di accaparrare, di creare vincoli di adesione: la libera, piuttosto, questa umanità, e in modo gratuito, come esistenza fondata sulla propria coscienza individuale, fondata su di un credo elementare» (ivi, 368).

²⁹ Cfr. A. Pellegrini, *Teologia come comunicazione: fra complessità e globalizzazione delle culture*, Aleph, Montespertoli 2001, capp. 2 e 3. L'autore riabilita il concetto tecnico di “semiosi illimitata” per rapporto alla comunicazione religiosa: tale tipo di semiosi, in cui significante e significato si scalgano ricorsivamente *ad infinitum*, garantirebbe un concreto vantaggio alla comunicazione di realtà “metafisiche”, in quanto renderebbe queste ultime tecnicamente “possibili” proprio attestando l'eventualità (ovvero il diritto) di un significato “inafferrabile” dal significante. Cfr. p. 44; pp. 80-82; pp. 98-104, tesi 2 e 3.

Più di ogni altra cosa, una comunicazione è vera quando al suo centro c'è la persona umana. Ricentrare antropologicamente la verità dell'atto comunicativo offre l'opportunità di un guadagno strategico in molti sensi, non ultimo in termini di efficacia operativa. Le esigenze moderne di globalità e l'imperativo della connettività ad oltranza possono infatti trovare nell'ascolto più autentico dell'*humanum* un'inesauribile fonte di ispirazione e un impareggiabile rimedio contro la minaccia dell'obsolescenza. L'atto dell'ascolto non invecchia mai, e non fa invecchiare: mentre le tecnologie tramontano e lasciano il passo a nuovi e più sofisticati strumenti operativi, l'attenzione all'uomo crea radici solide per una comunicazione non più esposta ai rischi dell'inflazione propri del suo supporto veicolare. Puntare su *questa* fedeltà – la fedeltà all'uomo, alle sue variabili esistenziali, al suo contesto e al suo orizzonte ermeneutico – è il primo passo di un atteggiamento fiduciale che non fa del mezzo il proprio assoluto, ma sa comporre con oculato discernimento la pregnanza del mezzo e la verità “antropologica” del messaggio.

È quello che ha fatto Paolo. Abbiamo già menzionato (e riepiloghiamo ora sinteticamente) le tracce del suo stile comunicativo che richiamano l'attenzione più convinta verso l'uomo: la sua *capacità recettiva verso i destinatari e i contesti più vari*, che si traduce in un continuo processo di incarnazione del vangelo nelle diverse culture; la flessibilità nel *valorizzare ogni situazione*, ogni esperienza e ogni mezzo, trasformandoli in occasione preziosa per comunicare il vangelo nella concretezza di un'esperienza in corso; la sua *capacità di costruire interazioni cooperative*, coinvolgendo nell'annuncio uomini e donne che, insieme a lui, diventino protagonisti nella costruzione delle prime comunità; la capacità di configurare strategicamente *una rete di comunicazione*, nella fattispecie una rete di chiese domestiche che, a partire dalle grandi città del mondo mediterraneo, si estende in tutto l'impero, ma mantiene al suo centro l'originalità delle diversità, l'unicità dei singoli centri nevralgici, l'irripetibilità delle loro situazioni; la *capacità di comunicare*, proporzionalmente alle capacità recettive di ciascuno, un'esperienza viva del Cristo crocifisso, morto e risorto, non come un insieme di concetti astratti o di ricordi ricevuti, ma come *un'esperienza dinamica e coinvolgente* che lo inhabita.

Si tratta indubbiamente di elementi portanti per una comunicazione di impatto che – oggi più che mai – riconosce tra le sue strategie di base analoghi punti chiave: la *capacità di conoscere, ascoltare, accogliere* prima di formulare, proporre, agire; lo sforzo per *creare sinergie e team-work*, valorizzando risorse ed occasioni; la necessità di *misurarsi con le vie della multi e polimedialità*, con la *logica della connettività*, con l'importanza di non limitarsi a veicolare contenuti ma *suscitare esperienze profonde* nei destinatari.

Come annotavamo in occasione dell'edizione 2008 della settimana di studi su Bibbia e Comunicazione, occorre sviluppare un'attenzione particolare verso un'antropologia comunicativa che sia al contempo:

- *recettiva*: capace di “abitare il mondo”, di sondare le “sacche antropologiche” della storia, di scandagliarne le prospettive e le attese, in ascolto di Dio e dell'uomo;
- *cooperativa*: capace di inventare luoghi di convergenza, ben oltre le logiche della “delega”, per una creatività audace e condivisa;
- *testimoniale*: attenta alle identità e agli scarti tra mezzo e messaggio, orientata alla conformazione al Modello normante, fedele al dono originario;
- *crossmediale*: attenta al valore concreto da attribuire agli strumenti, ai contesti e alle loro possibili, spesso inedite ibridazioni;
- *connettiva*: attenta tanto ai “nodi” e ai “centri” d'irradiazione quanto ai nessi vitali che li costituiscono come rete, in una relazionalità dinamica sempre aperta³⁰.

Al centro non ci sono tecniche, risorse, stili o tecnologie. C'è una persona attenta alle persone. C'è uno scambio articolato tra mediatori protagonisti dello stesso atto negoziale che pongono in essere. La competenza tecnica non è la parte più importante in questo scambio. Occorre, per dirla con l'Apostolo, farsi «tutto a tutti»: offrirsi in pienezza *come* pienezza di vita, verità finita graziosamente informata di Verità inesauribile, sentiero, camminatoio, riflesso diafano e genuina sorgente di una

³⁰ Mazza – Perego (edd.), *Paolo: una strategia di annuncio*, cit., 23-24.

Vita resasi visibile, udibile, tangibile. La fede cristiana trova in questo criterio di credibilità testimoniale la propria ragion d'essere e la propria stessa chiave ermeneutica. Il segno della Vita offerta al mondo è sempre quello offerto e scoperto nella condivisione, come segno tra segni, come segno *con* (tutti gli altri) segni, “plurale” infinità infinitamente coniugata, fede sempre disposta secondo le geometrie teologali della speranza e della carità, dell'attesa e del dono che si fa comunione.