
CAPÍTULO 79

“The good Communications and its enemies in the Global Age”

La buona comunicazione e i suoi nemici nella società globalizzata

Prof. Giovanni Bechelloni
(Università di Firenze – Italia)

Abstract

This paper will try to demonstrate that we all need to learn how to use properly the word *communication*. But, meanwhile, we can begin to use *good communication* each time we *really want* to talk about communication or we *really want* to communicate with others, be they close to us or far away.

Ignorance, violence and lies are among the most important enemies of good communication. On the contrary, knowledge of the “things of the world” is the best resource in order to use good communication for understanding and solving international and intercultural conflicts.

Without good communication we can not have good citizens, good life and good city.

The problem of good communication – how to conceive it and how to practice it – is not only one of the most relevant ethical issue; it is an epistemological issue as well. Very much connected to what recently has been written extensively by prominent sociologists like: Elihu Katz (“Why sociology abandoned communication”), Dominique Wolton (“IL faut sauver la communication”), John D. Peters (“Courting the abyss”), Michael Schudson (“The good citizen”)...

And we must not forget that three are the most important masters of good communication: Socrates, Jesus, Machiavelli.

Sommario: 1. Domande; 2. La ricerca e il campo dell’esperienza; 3. La buona comunicazione come alternativa; 4. Congedo

Ho dedicato molto tempo della mia vita a studiare la comunicazione e a praticarla in vari modi. Eppure, ho imparato tardi – da una quindicina di anni o poco più – per quale motivo imparare a *conoscere le cose del mondo* è così importante per affrontare i problemi di comunicazione che tutti noi abbiamo e che le nostre società umane hanno.

Vorrei, quindi, trovare la strada per poter argomentare in modo convincente, per consentire a voi che mi leggete o mi ascoltate, di difendervi dalle menzogne dei tanti ciarlatani che, in nome della scienza o dell’ideologia, della politica o della religione, si permettono di imbrogliarci alla grande. Senza che noi riusciamo sempre a difenderci, a replicare.

Sto scrivendo parole forti e presuntuose. Perché, ed è questo il primo punto fermo che vi offro, *comunicare non è facile*, come quasi tutti ritengono. *Bensì è difficile. Anzi, maledettamente difficile.*

Comunicare significa entrare in relazione cooperativa e dialogante con l'*altro*. Il quale altro non è, come quasi tutti intendono, un "altro" forestiero e lontano, che parla un'altra lingua. Certo, è anche quello. Ma l'altro è, soprattutto, vicino. E' accanto a noi. E' in famiglia, in paese, sotto casa... Eppure, nonostante tale vicinanza spesso non riusciamo a intenderci, a comunicare.

Un tempo – nemmeno troppo lontano – non era così. Perché eravamo più semplici, meno esigenti, più "educati".

Se ci pensate bene: è proprio perché incontriamo difficoltà a comunicare con chi ci sta vicino che ci volgiamo altrove: per esempio andando a cercare nella rete interlocutori e "amici" che, essendo *virtuali* e... lontani, sono più facili da gestire...

Partirò dalle domande, per accennare alla strategia di ricerca da attivare e, infine, per chiudere con qualche risposta.

1. Domande

«Ogni essere umano ha più volti: ne mostra talvolta uno, talvolta un altro.» (Robert Marjolin, già Segretario Generale dell'OCSE)

«La vita umana è una commedia. Bisogna recitarla seriamente.» (Alexandre Kjève, filosofo russo francesizzato, uomo enigmatico e fascinoso)

«Il nucleo di una filosofia della comunicazione viene dischiuso dall'inizio del Vangelo di Giovanni: "In principio era il Logos", ossia il Verbo, ossia la Parola. Poiché la Parola parla a qualcuno, e non può che parlare indirizzandosi a qualcuno e comunicando con lui, che in principio essa fosse implica un altro asserto: "In principio era la Comunicazione" o anche "in principio era la Persona", poiché non sono nate forme di comunicazione e di dialogo se non fra soggetti personali». (Vittorio Possenti, *Il principio-persona*, Armando Editore, Roma 2006, p. 65)

Le tre citazioni mi servono per suggerire quale può essere il nostro punto di partenza. Che poi è un paradosso. Non si è mai parlato tanto di comunicazione come negli ultimi anni, in Italia e ovunque nel mondo. Ma non ci si era mai prima allontanati così tanto – sia praticamente sia teoricamente – dal significato vero di comunicazione. Come se il comunicare non dovesse significare più ciò che esso specificamente ha sempre significato: l'attività fondativa della socialità umana, di ciò che è specificamente umano e solo umano.

Gli esseri umani sono diventati umani quando hanno inventato *la parola* e il linguaggio. *E cioè la comunicazione*, che ha consentito loro quella speciale forma di riflessività – *di consapevolezza* della propria identità – che si chiama *esistenza storica* e che nasce dal sapere di dover morire. Nessun altro vivente ha tale consapevolezza. Le parole

comunicazione e *comunicare*, quindi, non dovrebbero essere usate quando si parla di animali o di altri viventi né tanto meno quando si parla di macchine. Nessun altro vivente e nessun tipo di macchina possiede ciò che è solo e tipicamente umano. Il fatto incontestabile che si parli di comunicazione anche quando non si ha a che fare con umani vuol dire che siamo in partenza di fronte a un *imbroglio*, a un *furto*, a una *menzogna*. Si usa, per esempio, l'espressione "tecnologie dell'informazione e della comunicazione" quando si parla di informatica, di internet e di quant'altro ad essi collegato, perché si è ben consapevoli delle assonanze positive che sono associate alle parole *comunicare* e *comunicazione*.

E, allora, la *prima domanda* che nasce spontanea è: se le cose stanno così, perché continuiamo a chiamare comunicazione ciò che comunicazione non è?

Non è facile rispondere a tale domanda.

Io so solo che esistono al mondo due grandi guru – veri e propri profeti del digitale – che su tale "furto di significati" hanno costruito la loro fortuna e quella dei colossi (CISCO, GOOGLE, MICROSOFT, APPLE) che costituiscono il *pivot centrale* del sistema capitalista e *dell'intera industria* della comunicazione e della *conoscenza dominata* dagli Stati Uniti (Dan Schiller, "Le Monde Diplomatique", dicembre 2009). I due guru si chiamano: *Nicholas Negroponte* (creatore del MEDIALAB di Harvard), e *Derrick De Kerckhove*, il canadese allievo di McLuhan. Entrambi considerano il digitale una vera e propria "rivoluzione"!

Ho sentito con le mie orecchie De Kerckhove parlare, esaltato come un profeta (nel corso di un seminario universitario a San Paolo-Brasile nell'agosto 2008), della crescita intorno a noi "primitivi" di una nuova "razza" umana chiamata "digitale". Secondo De Kerckhove sono digitali i nuovi giovanissimi che precocemente imparano a gestire videogiochi e quant'altro consente loro di essere *multitasking* e cioè di fare più cose contemporaneamente.

E tutte malamente, come un caro amico di molti anni fa mi rispose a una domanda "quasi ingenua" che gli avevo rivolto: come fai a fare tante cose? Una alla volta, mi rispose.

La parola digitale viene utilizzata anche per specificare e deformare altre parole chiave importanti della storia umana come democrazia, informazione, conoscenza e altre ancora.

So anche che contro gli entusiasmi "profetici" dei due guru (Negroponte ha dichiarato spesso di essere "l'ultimo evangelista"!) si è acceso – in America e in Francia e anche in Italia – un dibattito anche molto critico che parte da due libri: uno di uno scrittore molto noto – Mark Halprin – si intitola *Digital Barbarism* e l'altro di un ex veterano di Silicon Valley e consulente di Microsoft, Philip Glass si intitola *You Are not a Gadget*.

E così: si scontrano sulla scena pubblica costruita dai giornali e dagli altri media, vecchi e nuovi, posizioni radicalmente contrapposte. C'è chi esalta il "nuovo che avanza" come una grande e positiva rivoluzione democratica. E chi teme che attraverso i cambiamenti che le nuove tecnologie e le pratiche sociali da esse indotte consentono: come Facebook (300 milioni di utenti nel mondo), i cellulari (4 miliardi e mezzo nel mondo), Twitter e quant'altro, si stia aprendo una *nuova età barbarica* (a partire dalla scomparsa del diritto d'autore, del libro e delle biblioteche, della democrazia rappresentativa).

Le due posizioni sono in totale contrapposizione e non è facile capire chi ha ragione e chi ha torto. Per certi aspetti, ma in forme ben più radicali, siamo tornati alla contrapposizione tra *apocalittici* e *integrati* che aveva segnato la stagione a cavallo tra gli anni Cinquanta e Sessanta del Novecento quando la televisione sembrava “mangiarsi” tutto, facendo scomparire la radio e il cinema, i giornali e la democrazia.

2. La ricerca e il campo dell'esperienza

«La tastiera è più importante della spada.» (Chris Anderson, direttore di *Wired USA*)

«La rete genera mostri.»
(Jason Lamier e Christian Rocca, “Sole 24 Ore” del 15.01.2010)

Per trovare risposte, per capire tali prese di posizione (e le analisi che le motivano) sia quelle dei profeti e degli integrati da un parte, sia quelle dei loro critici radicali dall'altra parte: il mio suggerimento è quello di esporsi a entrambi i tipi di messaggi e di valutarne l'attendibilità e la credibilità sulla base di un semplice ragionamento che nasce dalla mia lunga esperienza di vita e di ricerca sul campo.

Contrariamente a quello che si insegna saggiamente di non fare, oggi tutti parlano “sopra le righe” e cioè urlano “al lupo, al lupo”. L'idea di fondo – sbagliata – che ispira molti di loro è che la gente è sorda, distratta e ignorante e che per attirare la loro attenzione è necessario URLARE. In altre parole, è necessario investire molte risorse per attirare l'attenzione. Il risultato è negativo. Nel senso che quel tipo di comunicazione tende a “imbrogliare” l'ascoltatore-utente, lo spettatore-lettore che, in un primo momento ci può pure cascare fino a diventare un credente o un militante dell'una o dell'altra parte. Ma, poi, spesso, quando si accorge che alle promesse non seguono i fatti, diventa scettico e disincantato. Si rende conto che si tratta, in entrambi i casi, di comunicazione menzognera.

Una seconda cosa è importante fare!

Rendersi conto, ripercorrendo la storia sociale della comunicazione che contrapposizioni analoghe a quelle odierne si verificarono anche in altre occasioni: l'avvento del telegrafo, della radio, della TV. In tutti questi casi fu avanzata la previsione della scomparsa dei giornali e dei libri.

Una terza strategia di ricerca è quella di osservare, di ascoltare e di leggere con maggior attenzione, concentrandosi. E rifuggendo dal “multitasking”, che è anche una strategia permanente di distrazione e di non concentrazione. A questo proposito le scuole e le università potrebbero fare molto se sapessero rinverdire in modo adeguato pratiche di lavoro di apprendimento capaci di sviluppare l'attenzione e la concentrazione, la memoria e la riflessione, la selezione in base a criteri di rilevanza rispetto a un progetto personale di crescita, sviluppo e apprendimento.

3. La buona comunicazione come alternativa

«Riuscire a comunicare è la grande sfida del nostro tempo.»
(Dominique Wolton, CNRS, Paris)

L'alternativa è capire che c'è bisogno di vera "comunicazione" e cioè di "buona" comunicazione. La vera comunicazione, infatti, quella che è riconducibile all'identità degli esseri umani – in quanto terrestri, mortali, capaci di imparare e non in quanto ipotetici "digitali" o "extra-terrestri"... – è *orientata all'altro* così come è e non come vorrebbe o dovrebbe essere. La buona comunicazione è orientata alla realtà così come è, cioè alla verità, che è anche "bellezza" (come ha scritto di recente un grande intellettuale cinese francesizzato come Cheng).

Non basta. E' necessario rendersi conto che il bisogno di una buona comunicazione non è una questione etica (come talora si legge o si sente dire). *Non è solo una questione etica*, è anche - o dovrebbe essere - una *questione epistemologica e sociologica*.

La buona comunicazione è una comunicazione che presuppone una conoscenza realistica (e cioè veritiera nei limiti del possibile) del *contesto*, della *situazione* e degli *interlocutori*.

In altre parole dovrebbe essere evidente – e quindi accettato convenzionalmente – che per comunicare con l'altro è necessario conoscere l'altro, comprendere la situazione di comunicazione e il contesto più ampio nel quale essa si svolge.

Tale conoscenza è la conseguenza di un'educazione ricevuta, di una formazione non specialistica bensì *generalistica* derivante dalla frequentazione delle cose del mondo, sia nella realtà dei rapporti sociali sia nell'immaginazione alimentata da letture e viaggi, da esposizione selettiva, ma il più possibile *aperta agli imprevisti*, a tutti i tipi di media.

Il problema della *verità* è importante, è centrale. Per comprenderlo può essere utile ricordare una riflessione del grande filosofo francesizzato Jankelevitch a proposito delle bugie dei bambini.

Invitava a prendere sul serio le bugie dei bambini e a non adottare uno stile pedagogico lassista perdonando sempre, o quasi, le loro bugie. Senza pensare che se un bambino dice bugie *vuol dire che conosce la verità*. Non si può dire una bugia se non si conosce la verità.

La stessa cosa accade alla grande nei media e anche nella vita adulta. Le bugie e le menzogne vengono considerati "peccati veniali" o, addirittura, più spesso di quanto non si creda, "necessari". Addirittura, citando Machiavelli e facendogli dire ciò che non ha mai detto o scritto: che "il fine giustifica i mezzi". Da tale sentenza è stata tratta anche quella che recita: "in amore e in guerra tutto è lecito". Se ci pensiamo bene si tratta di vera e propria ignoranza. Tollerata o, addirittura, lodata. Come si può facilmente documentare esponendosi regolarmente alla lettura dei giornali per qualche tempo.

4. *Congedo*

E adesso due parole di congedo sull'importanza del conoscere. Attraverso l'esperienza sul campo della vita, delle strade del mondo, della ricerca. Ma anche imparando a imparare dalle scuole e dalle università, dai *maestri* di oggi e di ieri, dai grandi libri di sempre. Solo conoscendo, le nostre OPINIONI prendono forza di verità, di realtà, di bellezza.

Tre grandissimi sono i maestri di comunicazione:

- Socrate
- Gesù

- Machiavelli.

Tre grandi profeti disarmati. Due hanno pagato la loro *empietà* con la cicuta e con la croce. Ma sono stati premiati – sono entrambi con noi, come RISORTI.

La storia di Machiavelli è diversa. Pur avendo avuto una punizione in vita – il carcere e l'esilio, salvato in extremis dal capestro – è stato *tradito alla grande dagli allievi* che lo hanno trasformato in maestro di morte e menzogna. Non ha voluto la CROCE. Ha avuto paura.

Quasi tutti ignorano la seguente interpretazione della storia di Machiavelli che scrivendo dei “profeti disarmati” non nomina Gesù, il più grande e di sicuro il più “influyente” tra i profeti disarmati, anche se nomina il Savonarola che, con le sue bellissime prediche (che avevano forse “sedotto” non poco il giovane Machiavelli) nulla aveva ottenuto se non il supplizio del rogo in piazza Signoria. Proprio in quella piazza, molto vicina al Bargello, dove Machiavelli, insieme ad altri sodali, era stato rinchiuso e torturato, dopo la fine della Repubblica, ed era stato costretto ad assistere al capestro di due compagni di sventura, quel capestro che molto probabilmente gli sarebbe toccato se l'elezione di un Medici al soglio pontificio, con il nome di Leone XIII, non lo avesse beneficiato di un'amnistia.

E, allora, cosa decise di fare il buon Niccolò che, forse più di altri, amava la vita e non voleva subire né la cicuta di Socrate, né il capestro di Savonarola, né la croce di Gesù? Il buon Niccolò, mentre scriveva la sera nel suo esilio a San Casciano “I Discorsi” e “Il Principe”, si considerava di sicuro un “profeta disarmato”. E, allora, per evitare la croce decise di non pubblicare i suoi libri politici nel corso della sua vita. Essi, infatti, furono stampati e subito tradotti in francese e in inglese solo dopo la sua morte. E, purtroppo, furono da subito letti a rovescio. Il suo messaggio, profondamente ancorato al concetto romano di *virtù repubblicana*, di *virtus*, l'equivalente latino del *dharma* dell'antica India, venne tradito da quelli che si spacciarono per “allievi” e “ammiratori”. Lo trasformarono da maestro buono in maestro cattivo...

Ed è così che Machiavelli ha fatto, dopo la sua stessa morte, una fine, per certi aspetti, anche più orribile di quella di Socrate e di Gesù. Se l'avesse potuta immaginare, forse si sarebbe comportato diversamente in vita...

Da questa storia, frutto di interpretazione che a me pare verosimile, io ne ricavo un messaggio per tutti noi: *non bisogna aver paura*.

La paura è cattiva consigliera, ci può portare fuori strada. Bisogna *avere il coraggio di imparare, di fare esperienza, di fare i conti, fino in fondo, con la realtà e la verità*.

Anche se è difficile. Non dobbiamo credere a quello che ci dicono in tanti intorno a noi che “l'essere umano è cattivo”. Non è vero! L'essere umano non solo nasce buono ma anche capace di imparare. Se diventa cattivo e ignorante è perché non ha trovato intorno a sé né buoni esempi né buoni maestri.

E allora, per salutarvi, questo è il mio messaggio per voi.

Fate esperienza: non dovete aver PAURA della realtà e della verità, di conoscere e di imparare, dei *territori* sconosciuti che è necessario esplorare, dei *problemi*. I territori e i

problemi esistono, perché noi possiamo addestrarci ad affrontarli e risolverli: perché solo così si diventa ADULTI e cioè uomini e donne “a parte intera”.