



sone — non solo dei due corpi —; lo scopo è l'accettazione. La purezza non è questione di atti, ma è la verità, la sincerità con cui uno si apre all'altro. Seguendo, invece, il piano dell'individualismo, del possesso, spesso si verifica come una barriera fra l'uomo e la donna, nodo centrale di frustrazioni: di qua e di là dalla barriera ciascuno con l'angoscia di non riuscire, la freddezza, la frigidità, la vergogna e la solitudine.

La famiglia come relazione

Chi non è stato mai sfiorato, nella propria famiglia, dal pensiero che essa sembri un albergo-ristorante, e che sicuramente si sarebbe serviti meglio altrove? Basterebbe pagare il prezzo. Quante volte ciascuno di noi resta in un angolo a «consumare», senza farsi troppe domande, o a criticare gli altri brontolando? Quanti principi belli e grandi ci bloccano nella relazione fra noi e coi figli; quante risposte prefabbricate siamo pronti a tirar fuori dall'archivio di quei principi di fronte alle diversità dei nostri figli. Chi non si aspetta che il figlio scelga una strada «seria»; abbia fiducia nei genitori, si uniformi alle loro idee, si pettini e si vesta secondo i loro criteri? Quanta delusione quando i figli non si conformano! Quante volte cerchiamo, prima di ascoltare, di far ingoiare i nostri messaggi! È questo amore? È essere in relazione? È dare spazio e modo per vivere e trovare la propria responsabilità?

Noi siamo responsabili del nostro amore per i figli; ma non siamo responsabili dei nostri figli. Siamo responsabili della fiducia che riponiamo in loro, siamo responsabili di assumere la nostra identità di genitori e di avere il coraggio di trasmettere i nostri valori e di dire quando non siamo d'accordo con loro. Ma siamo soprattutto responsabili di fare loro piena-

mente posto in noi e permettere loro di capire e di godere del fatto d'essere da noi amati senza condizioni. La vera

identità della famiglia non è questa o quella qualità, ma una alleanza: «Voglio appartenerti qualsiasi cosa succeda; qualunque cosa tu faccia, sarai sempre mio figlio, sarai sempre mio padre».

Questa è la fedeltà all'interno della famiglia: mettere sempre e comunque la relazione interpersonale, il bisogno delle persone, della diversità e della particolarità dell'altro al di sopra di tutto, delle cose, delle azioni, dei gesti. «Che essi siano uno, come tu Padre sei in me e io in te. Che anche essi siano uno in noi, affinché il mondo creda che tu mi hai mandato» (Gv. 17,21).

Comunicazione interpersonale: ordine del giorno

di fr. FLAVIO GIANESSI

«Pubblicità cattolica», «crisi della psicoanalisi», «i dogmi non bastano», «una nuova politica», «nuovi pulpiti, vecchie prediche»: dubbi e domande sulla via della comunicazione

Abbiamo pensato di aprire alcune prospettive di ricerca e di dibattito con i lettori su alcuni problemi che sono rimbalzati in redazione preparando questo numero. Niente di definitivo, solo domande, un po' provocatorie, che non ci è sembrato giusto lasciar cadere.

La Chiesa e i mass media: per non comunicare

Incomincio con una domanda che può sembrare marginale: «Perché la Messa in TV non è valida? Questa norma è un residuo del vecchio potere parrocchiale?». C'è ovunque la corsa a far nascere TV, radio, giornali cattolici; si pensa che questi siano i «pulpiti del 2000» e che la catechesi, se vuole sopravvivere, debba vincere questa battaglia. Ma su quale concetto di comunicazione si basa questa preoccupazione? Non sono i mezzi di comunicazione una delle cause maggiori dell'incomunicabilità attuale? Usando certi mezzi che abitano l'interlocuto-

re ad essere «ascoltatore muto» e che rendono il trasmettitore «predicatore sordo», quale futuro può avere la pastorale? La strategia economica per mantenere questi pulpiti ha qualcosa in comune con l'«economia evangelica» o è pretendere di pascolare il gregge chiedendo la consulenza ai lupi?

La domanda precedente ci immette nel discorso della pubblicità all'interno dei mezzi di comunicazione cattolici. Non intendo «confessare» i peccati degli altri, ma offrire spunti di riflessione forse non consueti. Esempio: un paginone centrale del settimanale cattolico «Il Sabato», tutto a colori: tanti bambini di tutto il mondo che

sbandierano un sorriso incantevole e vestono Benetton; dietro la pagina, stracci e mosche in bianco e nero con tanti bambini, nel Sahara. Non è questione di fare polemiche facili con CL o con chi è dietro a questo giornale (per lavarsi un po' il saio in casa, potrei parlare della pubblicità al cibo per cani del rinnovato "Messaggero di S. Antonio"); non mi interessa neanche farne una questione di moralità o di buon gusto. Vorrei, infatti, inquadrare il problema dal punto di vista della comunicazione.

Di fronte a questo e ad altri infiniti esempi, quale è il messaggio di chi comunica? Quale il messaggio di chi recepisce? Quale l'"annuncio" intenzionale e quale quello reale? Non è soltanto una questione morale che chi vuole un giornale, e vuole che sia conosciuto, lo paghi con i suoi soldi; ne potrà andare di mezzo la "quantità" di informazione, ma certo ne guadagna la "qualità" della comunicazione.

Non di soli dogmi vive la Verità

Restando dentro l'ambito cattolico, propongo un interrogativo che può sembrare teorico, ma che ha risvolti concreti. La comunicazione della teologia occidentale è esclusivamente una comunicazione verbale: fino a che punto la liturgia, la pastorale traducono questa comunicazione al di là del verbale? Fino a che punto la verità teologica, intesa come formulazione verbale scritta, è veritiera? È attenta cioè a tradurre il dinamismo della Parola che si fa carne? E fino a che punto poi la formulazione verbale scritta tiene conto del gesto, del comportamento, delle motivazioni, dei sentimenti, che certamente hanno inciso sulla formulazione e incidono sulla comprensione? È possibile, quindi, che la Verità sia solo una formulazione verbale? Procedendo in questa ricerca, quale è il rapporto tra verità dogmatica e autenticità psicologica? L'autenticità psicologica della persona fino a che punto può diventare il "luogo" teologico della Verità?

Passando alla liturgia, alla catechesi, alla direzione spirituale, ci si rende conto che generalmente sono vissute come momenti di trasmissione della Verità che privilegiano le parole, i consigli: quando sono ben fatte, arrivano a proporre le verità attraverso il "dialogo"; gli incontri pastorali restano il più delle volte impostati sul "tema", sull'argomento che viene svisce-



rato, con più o meno dialogo appunto, per arrivare alla comprensione della verità. Ma spesso il "tema dato" copre, razionalizzandoli, problemi esistenziali più complessi, che vanno dalle motivazioni ai sentimenti, ai bisogni che interferiscono e disturbano il confronto di idee e la comprensione delle verità. A questo punto, è importante che la psicologia della comunicazione e la fede riscoprano la tensione comune che è "comunicarsi"; ciò porta a privilegiare la comunicazione interpersonale e pluri-interpersonale come luogo della formazione della Chiesa e dei rapporti ecclesiali corretti.

Chi vota più per Freud?

È in crisi la psicoanalisi che si basa sulla sola parola e principalmente sulla "parola ricordo del passato". Quale contributo nuovo può offrire alla "matrona psichiatria" il prestare una attenzione diversa alla comunicazione interpersonale? Quale contributo per il terapeuta e per il rapporto terapeuta-paziente? Questi stessi termini non tradiscono un rapporto di relazione scorretto, superabile dall'abbattimento dei ruoli medico-malato? Qual è il valore della ripresa del compito terapeutico della famiglia? È proponibile per la cultura cosiddetta laica lo slogan



che sembra trapelare dalle nuove scuole psicoanalitiche "la parola si fa carne", per la maggior attenzione che viene data al corpo, alla concretezza del rapporto qui ed ora? Quali punti di contatto con la fede ha questo orientamento? E con la fede cristiana del "Verbo che si fa carne"? La strada terapeutica della salute centrata sulla medicalizzazione della psiche, sulla ripetizione di cliché interpretativi, sugli psicofarmaci risolutivi, sta mostrando il suo fallimento. Quali sorprese può riservare la strada della comunicazione terapeutica, che si apra senza pudori alla comunione e, diciamo pure, all'amore?

Un altro ambito di vita, dove il confronto con la psicologia della comunicazione può offrire sorprese interessanti, è quello politico. Certo lo psicologo e il politico si conoscono da lunga data, ma generalmente quanto basta per portare favori ai primi e voti ai secondi; ma qui vorrei proporre un incontro diverso. Nel concetto di "partito", quale posto hanno i valori della comunicazione, l'ascolto dell'altro, la valorizzazione delle sue ricchezze, lo smascheramento dei propri bisogni inconsci, personali e collettivi? Come sono conciliabili i bisogni fisiologici del partito di aumentare le diversità, esasperare la conflittualità e la competitività, gioire e crescere nelle sconfitte dell'avversario, prediligere i programmi e le idee a scapito dei sentimenti e delle motivazioni? Più genericamente, i concetti di "voto" — segreto, obbligatorio e di delega — "maggioranza e opposizione", "ambito pubblico e ambito privato", cioè tutto il "modello partitico per risolvere le conflittualità sociali", non ha niente da imparare dalle regole della comunicazione corretta?

Concludendo, sono consapevole che anche noi abbiamo parlato di comunicazione interpersonale attraverso uno strumento di non comunicazione interpersonale: la parola scritta e stampata. E anche questo potrebbe aumentare l'equivoco. Infatti, chi pensa di aver capito la comunicazione interpersonale dopo averci letto darà a sé la prova di non aver capito niente, come chi pretendesse di aver capito la pittura di Caravaggio perché ne ha visto le foto a colori. Sarà tanto, se le foto ci invoglieranno ad andare al Louvre o al Vaticano. Comunque, per fare l'esperienza della comunicazione interpersonale, non bisogna andare così lontano.