



MESSAGGI

Dal dizionario

La parola

Comunicare significa: 1) Dire, rendere noto, fa conoscere, far sapere; 2) Rendere partecipi altri di un sentimento, di una passione ecc., far provare, far sentire; 3) Trasmettere, diffondere per contagio, attaccare; 4) Nel linguaggio religioso dare la comunione; 5) In meccanica trasmettere energia o moto mediante opportuni congegni; 6) Entrare in comunicazione, in relazione; 7) Di luoghi o ambienti, di essere collegati da un passaggio; 8) Fare la comunione; 9) Propagarsi, diffondersi, trasmettersi.

(«Dizionario della lingua italiana» di Giacomo Devoto e Gian Carlo Oli, Le Monnier, 2004)

COMUNICARE SÌ MA SOLO QUEL CHE NON SO

Sembra un paradosso Come si può trasmettere agli altri ciò che non si conosce? In realtà trasferire nozioni da una testa all'altra significa esplorare insieme. Ma le attuali democrazie preferiscono non suscitare opinioni

MASSIMO ADINOLFI
FILOSOFO

Non scrivere quello che sai!»: strana esortazione, soprattutto se rivolta ad aspiranti scrittori. Eppure è la regola impartita nei workshop di scrittura creativa ad Harvard da uno che ce l'ha fatta, Bret Anthony Johnston, tra i più acclamati autori americani dell'ultima generazione. Dell'elenco che sottopone agli studenti è l'ultimo precetto da osservare, ma, quando ci arrivano, gli studenti sbiancano, chiedono lumi, e cominciano a pensare che avrebbero fatto meglio a iscriversi a chirurgia a sezionare feti di maiale.

Ma cosa c'è di così sorprendente nella raccomandazione? In fondo, si tratta di formare scrittori, gente che lavora di fantasia, inventori di storie. A quanto però racconta Johnston su *The Atlantic*, i frequentatori dei suoi corsi si sentono molto più sicuri se possono sostenersi su un retroterra di fatti e circostanze ben note. Confessano di non trovarsi a loro agio dovendo mettersi in panni che non conoscono, come se scrivere fosse, per lo scrittore, un asilo in cui trovare ricovero. Cercano di muoversi in situazioni familiari, come se si trattasse di riferire esperienze e non invece di comporre un'opera che sia essa stessa un'esperienza. Questa è gente, insomma, che si dedica alla scrittura convinta di avere qualcosa da dire, e di aver solo bisogno di qualcuno che gli insegni la maniera di farlo. Le scuole di scrittura ci starebbero per quello.

E invece no. Dall'onesto prosatore che ha già il suo bravo messaggio da comunicare al mondo Johnston prende nettamente le distanze. Co-

me lettore, dice, si sentirebbe persino maltrattato: quel che un simile autore gli chiederebbe, infatti, non è un vero coinvolgimento, ma solo di arrivare al punto e, eventualmente, applaudire ammirati. Il che solitamente non accade, perché la storia, ridotta a mezzo di illustrazione di una tesi preconstituita, sarà una storia sciatta e frettolosa: non funzionerà mai.

Ben detto, Johnston. Ma, fin qui, non è detto ancora abbastanza. Non è detto infatti che la cosa non riguardi solo la scrittura, creativa o no che sia, bensì, più in generale, la comunicazione. Tutta la comunicazione o è comunicazione di ciò che non si sa, o non è comunicazione. E questa sì che è davvero una regola sorpren-

Populismo mediatico
Rischia di farci
procedere al contrario:
dal sapere al non sapere

Ma se il potere...
È dei sapienti ognuno
può inventarsi il senso
dell'esistenza

dente, dal momento che di solito noi riteniamo il contrario. Pensiamo per lo più che comunicare voglia dire trasmettere quel che si sa già, e che attende appunto solo di trovare la via migliore per essere trasmesso. La più efficiente, la più economica, la più rapida. Comunicare significa cioè, per noi, dotarsi dei mezzi migliori per trasferire un certo messaggio (l'informazione) da una stazione emittente a una stazione ricevente. Formalizzato a puntino, quello descritto in termini elementari è il modello ingegneristico della comu-

nicazione proposto fin dagli anni quaranta da Shannon e Weaver, matematici e ingegneri. Che avevano solo da risolvere un problema di velocità ed esattezza della comunicazione, e poco o nulla interessava loro interrogarsi sul senso della comunicazione. Il fatto che la comunicazione fosse finita in siffatte mani avrebbe dovuto suggerire prudenza, e invece linguistica e semiotica non ci pensarono due volte e aderirono subito al modello (salvo, poi, pentirsi).

Eppure, se davvero la comunicazione è comunicazione di quel che non si sa, il modello di Shannon e Weaver è da buttare. Ma come può esserlo? Com'è possibile che la comunicazione sia fondata su un non-sapere? In realtà, non solo è possibile, ma è persino ovvio, se solo si riflette sulla parola. Comunicare vuol dire infatti condividere, mettere in comune, cercare il contatto con l'altro e farsi reciprocamente dono di esperienza. Ora, perché lo si farebbe, se si sapesse già tutto? In tanto ha senso rivolgersi all'altro in quanto dell'altro si ha bisogno per trovare quel che cerchiamo – ivi compresa la verità su noi stessi. Se la spiegazione suona troppo artificiosa, si pensi ad esperienze reali in cui questo accade: nel dialogo analitico, ad esempio, in cui il paziente parla non già per esprimere qualcosa, ma per scoprire quel che vuole esprimere e portare così a coscienza (il proprio disagio). O nella comunione tra amanti, in cui pure nulla avviene di quanto viene scambiato che già si sappia prima dello scambio (altrimenti, che amore è?). Ma non c'è bisogno di farla complicata: anche tra amici, anche tra genitori e figli o tra docenti e allievi, la comunicazione non ha mai la forma lineare di un trasferimento di nozioni da