

La buona comunicazione ravviva le relazioni comunitarie

Il presente intervento è costruito su tre assi portanti. Innanzitutto un'analisi del contesto comunicativo attuale a partire da due “fenomeni” spesso citati ma forse poco conosciuti nella loro essenza: le fake news e la cross-medialità. Certo non ho la pretesa di presentare un'analisi esaustiva su questi due argomenti. Invece cercherò di soffermarmi brevemente su questi due aspetti di grande attualità per poi stilare alcune note di “buona comunicazione” tesa anche all'edificazione di genuine relazioni comunitarie. Convinto che, come ricorda il prof. Pier Cesare Rivoltella, docente dell'Università Cattolica, “la comunicazione non è un'opzione per la Chiesa, non è una scelta possibile che, quindi, contempla anche la possibilità di altre scelte. La comunicazione è piuttosto un destino, una necessità, una missione non aggirabile e lo diviene a maggior ragione dentro lo spazio attuale della comunicazione contrassegnato da una progressiva scomparsa dei media dentro le cose e dentro le relazioni tra le persone”. Per questo è essenziale conoscere il contesto comunicativo in cui viviamo per poter coglierne i margini e contestualizzare la nostra prospettiva. Proverò, quindi, a sviluppare tre passaggi essenziali:

1. Le fake news sono uno degli elementi che avvelenano le relazioni.
2. Il nostro è sempre più un tempo, un ambiente, un contesto digitale. E il cross-mediale - ovvero un sistema integrato di comunicazione - è proprio una caratteristica del nostro mondo. Che influisce anche sulla società e, quindi, anche sulle nostre comunità.
3. È necessario individuare nel contesto attuale “rinnovate” prospettive per essere comunità cristiana viva e attrattiva. Il problema vero, infatti, non sta nell'ammodernare gli strumenti e il linguaggio. C'è bisogno di ascolto non come primo momento ma come condizione permanente.

1. Fake news? Dobbiamo recuperare interesse per la verità

“Chi mente a sé stesso e ascolta le proprie menzogne arriva al punto di non poter più distinguere la verità, né dentro di sé, né intorno a sé, e così comincia a non avere più stima né di sé stesso, né degli altri. Poi, siccome non ha più stima di nessuno, cessa anche di amare, e allora, in mancanza di amore, per sentirsi occupato e per distrarsi si abbandona alle passioni e ai piaceri volgari, e per colpa dei suoi vizi diventa come una bestia; e tutto questo deriva dal continuo mentire, agli altri e a sé stesso”. (Fëdor Dostoevskij, I fratelli Karamazov, II, 2)

Per inquadrare il fenomeno e coglierne alcuni dei tratti salienti ripartiamo dalla definizione del Cambridge Dictionary che definisce le fake news come **“racconti falsi che appaiono come notizie, diffusi da Internet o attraverso altri media, creati solitamente per influenzare l'opinione pubblica o come scherzo”**.

La definizione permette d'individuare almeno tre caratteristiche di questo genere di contenuti infondati e falsi.

1. Le fake news hanno una **natura mimetica**: sembrano vere pur essendo prive di fondamento. L'efficacia di questo genere di contenuti consiste proprio nel mascherare la propria falsità.
2. Un secondo aspetto determinante nella diffusione di questo fenomeno riguarda il ruolo dei **social network** all'inizio del processo di diffusione e alla sua propagazione. Spiega il semiologo Paolo Peverini, docente alla Luiss: “Se certamente i media conversazionali non

possono essere considerati come la causa principale delle fake (la disinformazione non è certamente un fenomeno recente o legato unicamente alla rete) innegabilmente le pratiche d'uso delle reti sociali e le logiche di visualizzazione dei contenuti (mirate a premiare la visibilità dei contenuti a scapito della loro autenticità) giocano un ruolo determinante nel funzionamento delle cosiddette 'camere dell'eco'. All'intero di queste 'camere' gli stessi contenuti vengono reiterati e amplificati a scapito della loro rilevanza, pertinenza, affidabilità, generando una spirale che, come alcuni studi recenti dimostrano, sembra resistere anche ai tentativi di svelamento e smentita".

3. Quello delle fake - ed è la terza caratteristica - non è semplicemente un **utilizzo** ludico, bensì **manipolatorio** di tipo politico e potremmo dire anche ecclesiale (lo vediamo proprio in questi giorni). Questo aspetto è molto grave e da non sottovalutare: queste bufale, difatti, vengono caricate di una forza pragmatica tanto drammatica da manifestarsi con evidenza in forme d'intolleranza e odio che ne alimentano la diffusione. Compromettendo, quindi, qualsiasi forma di relazione e intaccando con il loro virus letale anche le nostre comunità.

Cosa fare? Bisogna arrendersi a questa prospettiva? Ci sono delle piste percorribili?

Ovviamente non bisogna avere un atteggiamento di resa o subire passivamente le conseguenze negative di un fenomeno ormai largamente conosciuto. Particolarmente significativo e illuminante in questo senso è il messaggio di Papa Francesco per la Giornata delle comunicazioni sociali 2018, "La verità vi farà liberi (Gv 8,32). Fake news e giornalismo di pace".

Scrive, tra l'altro, il Santo Padre: *"Il più radicale antidoto al virus della falsità è lasciarsi purificare dalla verità. Nella visione cristiana la verità non è solo una realtà concettuale, che riguarda il giudizio sulle cose, definendole vere o false. (...) La verità ha a che fare con la vita intera. (...) L'uomo, allora, scopre e riscopre la verità quando la sperimenta in sé stesso come fedeltà e affidabilità di chi lo ama. (...) Liberazione dalla falsità e ricerca della relazione: ecco i due ingredienti che non possono mancare perché le nostre parole e i nostri gesti siano veri, autentici, affidabili. Per discernere la verità occorre vagliare ciò che asseconda la comunione e promuove il bene e ciò che, al contrario, tende a isolare, dividere e contrapporre"*.

Le fake news sono uno degli elementi che avvelenano le relazioni, proprio perché nascono dal pregiudizio e dall'incapacità di ascolto. "Il più radicale antidoto al virus della falsità - scrive il Santo Padre nel messaggio - è lasciarsi purificare dalla verità". Solo così potremmo contrastare, sin dal loro sorgere, pregiudizi e sordità, che non fanno altro che stoppare ogni forma di comunicazione, chiudendo tutti in un circolo vizioso. La capacità di ascolto e, quindi, di dialogo esige una maturità umana tale da favorire adattamenti alle diverse e imprevedute circostanze. La buona comunicazione non è solo trasmissione di notizie: è disponibilità, arricchimento reciproco, relazione. Solo con un cuore libero e capace di ascolto attento e rispettoso, la comunicazione può costruire ponti, occasioni di pace senza infingimenti. Tutto questo ci esorta a non arrenderci nella ricerca e nella propagazione della verità, soprattutto nell'educazione dei giovani. Come ricordava Paolo VI (cfr. Messaggio 1972: "Le comunicazioni sociali al servizio della verità"): "L'uomo, e tanto maggiormente il cristiano, non abdicerà mai alla sua capacità di contribuire alla conquista della verità: non solo quella astratta o filosofica, ma anche quella concreta e quotidiana dei singoli accadimenti: se lo facesse, danneggerebbe con ciò stesso la propria dignità personale".

Oggi più che mai, quindi, osserva il filosofo Adriano Fabris, docente all'Università di Pisa, "dobbiamo recuperare interesse per la verità. Dobbiamo sapere che dire la verità è possibile e che dobbiamo fare tutti gli sforzi per farlo. Dobbiamo riprendere la nostra motivazione a dire le cose come stanno e a verificare ciò che gli altri dicono. Non è inutile, non è impossibile. È anzi qualcosa di basilare: è la base di ogni nostra interazione con gli altri esseri umani". È la base di ogni relazione. Una buona comunicazione, edificata sulla verità, diventa fautrice di autentiche relazioni comunitarie. Al contrario, un fake non fa altro che disgregare.

2. Verità in un contesto integrato

“Occupandosi di parole, l’uomo si è sempre trovato profondamente coinvolto in domande sul tempo, sull’eternità, sulla sua stessa identità. La povertà linguistica è una cosa pericolosa”. (Walter Ong)

Abbiamo già una prima caratteristica della buona comunicazione: riscoprire il gusto della verità per insaporire, con questo ingrediente fondamentale, le nostre relazioni. Anche se ciò non è affatto semplice. Pensiamo per un attimo al fenomeno delle fake legandolo a un altro aspetto dello sviluppo mediale: ovvero la convergenza digitale o l’integrazione dei diversi media. In una parola la cross-medialità. Oggi – penso in modo particolare agli operatori della comunicazione – ci si trova sempre a rincorrere qualche cosa, a velocizzare sempre più il tempo di costruzione e di produzione di una notizia. E molto spesso nella velocità non si controllano le fonti oppure si cercano fonti che sono immediatamente reperibili ma non sempre quelle immediatamente reperibili sono le più serie. È uno dei frutti negativi di questo mondo integrato, che per certi versi influenza anche la nostra società. Con il grave rischio, soprattutto per le nostre comunità, di non essere più in grado di **cogliere il frammento riconducendolo all’insieme**. Mi ha molto colpito quanto ha affermato ieri Sua Ecc.za Mons. Giuseppe Fiorini Morosini nel suo intervento: “La comunione va continuamente ricercata e costruita tenendo presente che l’unità interna della comunità cristiana deriva dal fatto che tutti, ciascuno con la propria differenza e singolarità, sono presi nell’unico e indivisibile corpo del Signore Risorto”. È una grande lezione per una buona comunicazione in un tempo frammentato e ipertrofico come il nostro. L’arcivescovo, infatti, ha dipinto e sintetizzato quelli che sono i pregi e i difetti del contesto cross-mediale. Ma andiamo per gradi: cosa è la cross-medialità¹? È la realizzazione di un sistema comunicativo in cui i contenuti di un determinato prodotto culturale vengono veicolati, distribuiti e diffusi in diverso modo e diversamente narrati sui diversi media. Ciò che è interessante è l’interdipendenza e i rinvii che si stabiliscono (e si organizzano) tra i vari media: la televisione, il cellulare, Internet.

Il cross mediale richiede, infatti, di avere a disposizione un insieme sempre crescente e aggiornato di risorse digitali da utilizzare sulla base di una progettazione dell’intero processo comunicativo. Ad esempio, una storia può essere introdotta in un film, venire sviluppata da una serie televisiva, essere diffusa attraverso riviste di settore e d’interesse sia cartacee sia *online*, venire distribuita come gadget nelle edicole. L’accesso ad ognuno di questi prodotti è autonomo, ma ogni prodotto è un “punto” del processo, che assolve a requisiti ben definiti per il raggiungimento dell’obiettivo. Diversi media, in questo modo, sostengono esperienze variegata, che motivano il consumo e attraggono i fruitori.

Volendo richiamare le parole di Sua Ecc.za: è un processo che “va continuamente ricercato e costruito” e la cui “unità interna” poggia sulla “differenza e singolarità” di ogni elemento da incastonare in un “unico e indivisibile” progetto.

Lungi dal pensare a una lettura ecclesiologica di un aspetto puramente tecnico. Ciò che maggiormente preme è sottolineare quanto la cross-medialità non abbia solo a che fare con la comunicazione o l’informazione, ma va sempre più influenzando la nostra società, le nostre comunità, i nostri contesti, rendendoli sempre più:

1. **“in rete”**, con luoghi e tempi di connessione fluidi, nomadi, convergenti, contraddistinti da mobilità e portabilità. A fronte di tanta possibilità e opportunità di connessione, apertura, confronto, dialogo, si corre il rischio di saturare e di perdere il senso della comunicazione. Di non comunicare. Ma forse, dovremmo prendere al volo l’opportunità di comunicare... meglio.
2. **taggati**, dove far circolare parole, suoni, informazioni che hanno ciascuno un indirizzo e un ordine di assemblaggio. Le informazioni che hanno un *tag* sono condivise da tutto il

¹ Per questa descrizione mi rifaccio a una lezione della prof.ssa Maria Antonia Chinello, docente della Pontificia Facoltà di Scienze dell’Educazione “Auxilium” di Roma

pianeta, possono separarsi e poi ritrovarsi in un istante dove è richiesto. L'intelligenza del *tag* è manifestazione della potenziale interconnettività globale. I pacchetti d'informazione formano un unico corpo elettronico che assimila tutti. Esiste, certo, un pericolo: se ciascun soggetto ha accesso al mondo intero, è vero anche l'inverso: il mondo intero può entrare nella sfera della nostra intimità violando la nostra *privacy*.

3. **iperconnessi**, non solo volontariamente con il telefonino, ma anche con i sensori che riprendono continuamente le nostre esistenze, i nostri movimenti (le telecamere nelle strade, ad esempio). Ognuno di noi è continuamente iperconnesso. Questo nuovo paradigma sociale evidenzia, inoltre, una nuova configurazione del nostro rapporto con il mondo: un rapporto di intervallo, di pressione, di tatto. Entriamo, infatti, in un periodo che segna il passaggio dal visuale al tattile [...] e questo comporta un cambiamento di sensorialità. Non sentiamo veramente, non conosciamo direttamente però vediamo ogni cosa come se fosse tangibilmente reale (cfr. Derrick de Kerckhove).
4. **bisognosi di parola**: il *web* è spazio privilegiato di aggregazione e d'ibridazione delle esperienze di narrazione. L'affermazione dei *social network* rivela come la Rete "è" l'ambiente ideale per la narrazione di "storie incrociate" in cui gli utenti si sentono al centro della storia, diventando così *spett-attori*, e non soltanto fruitori più o meno attivi (si pensi a Facebook o alle stories di Instagram).

La comunità, la Parola... le parole

Piccole note che, in qualche modo, mettono in rilievo luci e ombre del cross-mediale nei confronti della società - e dato che la società non è un qualcosa di amorfo - nei confronti della persona, nei confronti di ciascuno di noi e delle nostre comunità. Viviamo immersi, dicevo prima, in questo ambiente. Osserviamoci intorno... Tante sono le suggestioni e gli interrogativi che possono sorgere. Passato ormai il tempo del "dubbio amletico" - "apocalittici o integrati"? - è ora di affrontare con estrema lucidità alcune questioni fondamentali che riguardano la comunità al centro del cross-mediale. Non voglio fare un'elencazione dei limiti e delle potenzialità, di ciò che va e di ciò che non va. Voglio invece rilevare un elemento che incrocia i focus di questo intervento - comunicazione e relazioni comunitarie - ed è la narrazione. Pensiamo alle "webseries" (incrocio tra cinema e televisione appunto) dove l'elemento che emerge è la narrazione: il desiderio di raccontare storie, raccontarsi in prima persona... "La sfida che oggi ci si presenta è reimparare a raccontare", ricordava Papa Francesco nel messaggio per la Giornata mondiale delle comunicazioni sociali 2015. Raccontare, già! Ma con quali parole? Per noi cristiani la Parola significa molto. Chiama in causa la Persona con P maiuscola e, di conseguenza, tutte le persone. "Occupandosi di parole - afferma Walter Ong, antropologo e filosofo - l'uomo si è sempre trovato profondamente coinvolto in domande sul tempo, sull'eternità, sulla sua stessa identità". Quindi con la sua stessa natura di persona umana. Ed è qui che si aprono alcune considerazioni sulle nostre parole. A volte poco comprensibili, che non comunicano. Per questo è necessario recuperare un vocabolario che consenta di entrare nel cuore e nella mente, in definitiva nella persona.

Ecco, allora, alcuni tratti che, secondo me, andrebbero recuperati - e non solo dagli esperti - per ricentrare il nostro ambiente sulla persona: 1. maturità umana, 2. spiritualità, 3. "originalità", 4. autoformazione permanente. Si tratta di quattro "livelli" che non hanno posizione gerarchica e non si escludono a vicenda, ma insieme costituiscono un "circolo virtuoso".

➤ **Livello di maturità umana**

Con essa s'intende fundamentalmente la capacità di dialogo e di ascolto, che esige una maturità umana tale da favorire adattamenti alle diverse e imprevedute circostanze. La comunicazione presuppone l'ascolto; l'ascolto è fonte di relazioni vere, sempre nuove e diverse. In queste relazioni, che diventano incontro con gli altri, si sviluppa un linguaggio autentico, leggero, libero, non appesantito da parole che raccontano solo il proprio "ego". La

comunicazione, infatti, non è solo trasmissione di notizie: essa è disponibilità, arricchimento reciproco, relazione. La maturità umana diventa, allora, monito per un linguaggio - fatto di parole capaci di contrastare i tanti linguaggi oggi in voga e di «costruire - come hanno ricordato i Papi negli ultimi anni - dei ponti di comprensione e comunicazione».

➤ **Livello di spiritualità**

È una postura interiore che permette il costante superamento di una visione «terrena», cioè di questo mondo, in contrapposizione a ciò che è spirituale; permette, altresì, una vigile consapevolezza di tutto ciò che, nei *mass media*, agisce iniquamente nella storia individuale e comunitaria delle persone in molteplici forme di manipolazione, sfruttamento e oppressione.

➤ **Livello di “originalità”**

È un linguaggio purificato, scevro da qualsiasi riduzione, malizia, polemica. Con tutto ciò che riguarda lo svilimento della dignità delle persone. In sintesi, non è un fake!

➤ **Livello di autoformazione permanente**

Infine, l’impegno per un “aggiornamento” *continuo e permanente*, che non significa ricerca dei *linguaggi* o delle espressioni linguistiche più in voga. Non è una semplice operazione culturale, ma una scelta di campo che presuppone il raccordo tra il comunicare, il pensare e il vivere ciò che si comunica. Tutto ciò, nell’esperienza di fede, viene sintetizzato con l’espressione «*intelligo ut credam*». Vale anche qui il principio proprio di ogni processo formativo: il soggetto è colui che dev’essere formato e insieme il più grande formatore di se stesso. Si tratta di un processo difficile ed estremamente impegnativo che vale la pena percorrere perché in questo modo è possibile perseguire una comunicazione vera, frutto di un *linguaggio* efficace e performativo.

1. Comunicazione e relazione

“Il bene tende sempre a comunicarsi. Ogni esperienza autentica di verità e di bellezza cerca per se stessa la sua espansione, e ogni persona che viva una profonda liberazione acquisisce maggiore sensibilità davanti alle necessità degli altri. Comunicandolo, il bene attecchisce e si sviluppa. Per questo, chi desidera vivere con dignità e pienezza non ha altra strada che riconoscere l’altro e cercare il suo bene”. (Papa Francesco, Evangelii Gaudium, 9)

Maturità, spiritualità, originalità, autoformazione: quattro piccoli accenti a cui non possiamo non aggiungere anche la **memoria**, collante fondamentale tra la comunicazione e la relazione. L’Episcopato italiano negli Orientamenti pastorali per il primo decennio del 2000 iscrive tra le tentazioni del tempo presente il togliere spazio e valore al passato, alla *memoria*. “A volte - scrivono i vescovi - abbiamo paura di fermarci per ricordare, per ripensare a ciò che abbiamo vissuto e ricevuto. [...] Eppure sono l’ascolto, la memoria e il pensare a dischiudere il futuro, ad aiutarci a vivere il presente non solo come tempo del soddisfacimento dei bisogni, ma anche come luogo dell’attesa, del manifestarsi di desideri che ci precedono e ci conducono oltre, legandoci agli altri uomini e rendendoci tutti compagni nel meraviglioso e misterioso viaggio che è la vita”.

Senza memoria, non c’è identità. E non c’è anche autenticità. E torniamo allo scenario con cui ho aperto questo intervento, ossia quello delle fake disgreganti. Invece una buona comunicazione aggregante è possibile. Certo, è un percorso impegnativo che richiama la fatica e la bellezza del pensare e dell’impegno comunitario nella conoscenza. Il tutto a partire dall’ascolto, ritmato dai giusti tempi del silenzio e del discernimento. È la condizione indispensabile per accogliere ogni parola pronunciata, che si fa carne viva, e coglierne il giusto significato, nella sua storia, gioie e sofferenze comprese. Solo così svilupperemo gli anticorpi necessari per riconoscere limiti e problemi e, nella misura del possibile, vincere le storture comunicative. Le nostre comunità, in questo, potrebbero davvero contribuire a una diversa cultura e insegnare tanto con profezia e creatività, evitando le sabbie mobili della disarmonia. In che modo? Proviamo a invertire il titolo di questo intervento: “Relazioni comunitarie ravvivano una buona comunicazione”. Non è un gioco linguistico ma proprio ciò che avviene ogni volta che le relazioni delle nostre comunità sono

intrecciate di tenerezza, sono capaci di tessere, sono attente e autentiche, promuovono l'unità. E, allora, avremo una buona comunicazione di tenerezza; una comunicazione capace di tessere trame di verità; una comunicazione autentica e una comunicazione capace di tenere il tutto².

- **Una relazione di tenerezza.** È quella che appartiene a ogni madre. È il sentimento profondo intrinseco alla stessa maternità. La tenerezza comunica... la persona, la sua intimità, i suoi segreti... Se è vero che la tenerezza appartiene in modo particolare alle madri, è altrettanto vero che appartiene in modo esclusivo alla Chiesa. E questo non per assimilazione, ma per natura. Chiesa-madre è l'immagine che Papa Francesco più predilige. Come egli stesso ha detto più volte: "La sfida grande della Chiesa oggi è diventare madre! [...] Se la Chiesa non è madre, è brutto dire che diventa una zitella, ma diventa una zitella! È così: non è feconda. [...] L'identità della Chiesa è questa: evangelizzare, cioè fare figli [...] per questo la Chiesa deve fare qualcosa, deve cambiare, deve convertirsi per diventare madre". Il percorso è esplicito: "La Chiesa deve convertirsi per diventare madre". La buona comunicazione, quindi, è quella che è capace di conversione.
- **Una relazione capace di tessere.** Proprio perché Chiesa-madre, le nostre comunità non possono che essere promotrici di unità. Non si è mai vista, infatti, una mamma che divide anziché unire. E se ciò avviene, è sicuramente contro-natura. Torna alla mente l'episodio biblico narrato nel primo libro dei Re (3,16-28), quando Salomone, uomo di grande saggezza, a cui Dio ha dato la capacità di saper distinguere il bene dal male, permette il trionfo della verità sulla menzogna. Due donne si presentano a lui ed entrambe reclamano la maternità di un bimbo. Salomone, dopo aver chiesto chi fosse la vera madre e aver ricevuto l'ovvia risposta da entrambe, propone di dividere il bambino in due. La vera madre non avrebbe mai permesso che il figlio morisse a rischio di non vederlo mai più. Ed è così anche per la Chiesa, in tutte le sue forme ed espressioni: l'unità nella verità non accetta mormorazioni e maldicenze che dividono. Ecco perché una buona comunicazione non può accettare compromessi e rinunciare all'obiettivo primo: la verità!
- **Una relazione attenta e autentica.** L'attenzione e la vicinanza richiedono empatia, disponibilità, arricchimento reciproco... In una parola: ascolto! E questo vale, soprattutto, a livello ecclesiale. Ascolto attento con il desiderio di andare oltre, di "riscaldare il cuore"... La buona comunicazione si fonda sull'ascolto.
- **Una relazione che promuove unità.** È il punto focale e l'orizzonte cui guardare. È il leitmotiv del magistero di Papa Francesco. A essere chiamato in causa non è solo il collegio episcopale, i sacerdoti o i religiosi/e, ma tutto il popolo di Dio. L'insieme e l'unità indicano una strada ben precisa: la comunione! La Chiesa stessa, d'altronde, come insegna l'ecclesiologia, è "mistero di comunione". Se ciò viene preso sul serio, allora questa realtà originaria deve manifestarsi nella vita d'ogni comunità ecclesiale e deve funzionare come norma di vita. La comunione è dimensione costitutiva della Chiesa. "Lo stile sinodale – ha ricordato ieri l'arcivescovo - non può essere solo una parola con la quale riempirci la bocca in alcune occasioni, soprattutto quando dobbiamo esprimere la lamentela... Se vogliamo uno stile sinodale, dobbiamo sacrificarci tutti, accettando qualche supplemento di impegno e di fatica". Ecco la buona comunicazione, quella che ravviva le relazioni, promuove comunione. Che poi, a dirla tutta, comunione è l'altro nome di comunicazione.

In definitiva, una buona comunicazione, che sa ravvivare le relazioni comunitarie, viene realizzata ogni volta che vengono messi in moto i cinque sensi: vista, udito, gusto, odorato e tatto.

La **vista** per scorgere tutte le periferie – e sono tante – che ci circondano; l'**udito** per instaurare relazioni vere, che nascono dall'ascolto profondo di chi ci sta accanto; il **gusto** per assaporare la dolcezza della gioia depositata nel nostro cuore dal Signore che, ancora, continua a incrociare la

² Cfr Discorso di Papa Francesco ai vescovi del Messico (13 febbraio 2016)

nostra stessa via; l'**odorato** per entrare nel profondo delle relazioni, nella parte più intima; il **tatto** per toccare con mano l'altro e, così, entrare nel cuore di ogni volto incontrato, di ogni comunità. La buona comunicazione crea comunità e convivialità. E se sapremo mettere a frutto le potenzialità delle attività sensoriali saremo costruttori di una comunicazione dai "sani sensi" che sa ravvivare le relazioni comunitarie!