

# UFFICIO NAZIONALE COMUNICAZIONI SOCIALI

Roma, 7 febbraio 1979

*→ Bullitt*  
Gent.mo Signore,

facendo seguito alla mia del 1° febbraio scorso Le comunico altre notizie sull'incontro del 3-4 marzo che si terrà presso l'Oasi S. Francesco a Campo di Giove.

L'incontro inizierà il pomeriggio di sabato 3 febbraio alle ore 16.30 e terminerà domenica 4 febbraio con il pranzo.

Il tema proposto "La Comunicazione Sociale in Italia e la presenza dei cattolici" è molto vasto. Nella sua volontà generica vuole essere uno stimolo perchè l'incontro diventi occasione di verifica della situazione in atto e sguardo su prospettive future con particolare riferimento al campo radiotelevisivo e cinematografico.

Non ci saranno relazioni programmate. L'incontro verrà costruito sul posto e al momento; avrà pertanto la forma di un "colloquio" fra persone che della comunicazione sociale hanno fatto una scelta di vita.

Il foglio che accludo e che si rifà al tema della giornata mondiale per le comunicazioni sociali 1978 (Il recettore della C.S.: attese, diritti, doveri) e al relativo messaggio di Paolo VI, non si propone come binario obbligatorio su cui convogliare gli interventi ed i contributi, ma come angolazione da non dimenticare nel fare l'esame della situazione e nel formulare ipotesi. Avere l'occhio rivolto al recettore della comunicazione radiotelevisiva e cinematografica significa peraltro dare alla medesima una dimensione autenticamente sociale.

Ci saranno conclusioni, decisioni? E' una questione a cui risponderemo insieme, sul posto.

Conto molto sulla sua presenza e attendo un cenno di riscontro.

Con la speranza di incontrarla La saluto cordialmente

*francesco Ceriotti*  
Sac. Francesco Ceriotti  
Direttore

# UFFICIO NAZIONALE COMUNICAZIONI SOCIALI

INCONTRO DEL 3-4 MARZO 1979

(Campo di Giove)

## Orario dei lavori

Sabato 3 marzo 1979

Ore 16.30 : Inizio dei lavori

" 20 : Cena

Domenica 4 marzo 1979

Ore 9. : Ripresa dei lavori

" 12.30 : Celebrazione Eucaristica

Franzo

Partenza

N.B. = Campo di Giove (alt. 1000 m.) si raggiunge percorrendo l'autostrada Roma-Pescara fino al casello di Cucullo oppure fino a quello di Bussi. Si prende la strada per Sulmona (è migliore quella che parte da Bussi). Da Sulmona a Campo di Giove ci sono 17 km.  
L'Oasi di S. Francesco si trova a Campo di Giove in cima al Viale S. Francesco d'Assisi.  
L'Oasi è dotata di un proprio autoparcheggio all'interno.

Una consultazione allargata di persone a vario titolo impegnate nello studio e nella ricerca o in esperienze attive di comunicazione sociale si propone ~~come~~<sup>come</sup> una prima verifica concreta delle varie situazioni oggettive in cui, in Italia, si viene a calare il tema della XII Giornata delle comunicazioni sociali, <sup>(1978)</sup> e con esso il messaggio pontificio. Si intende provocare un supplemento di analisi specifica per individuare i punti qualificanti, nei loro aspetti negativi o positivi, su cui realizzare ~~un~~ un confronto di idee, di atteggiamenti e di iniziative per meglio contribuire alle finalità indicate nella "Communio et progressio" e nel messaggio del Papa. Alle persone interpellate si richiede quindi un contributo scritto articolato su alcuni dei seguenti aspetti del problema.

1) come accostare il problema - "l'angolazione del personalismo cristiano che in ciascuna creatura umana sa ravvisare una vivente immagine di Dio (cfr. Gen. 1,26) la quale è, pertanto, portatrice di un provvidenziale disegno di un proprio trascendente destino". Il recettore costituisce una categoria di comodo dietro alla quale c'è l'uomo, che spesso assume di volta in volta anche altre funzioni, per esempio quella di comunicatore. Esasperare la categoria del "recettore" può comportare il rischio di dimenticare che si tratta in ultima analisi di un individuo, coinvolto nel processo comunicativo a un titolo che di volta in volta cambia, e immerso al contempo in un determinato ~~pro~~ ambito sociale condizionante. I mass media si pongono come forze concomitanti con altre nell'eventuale massificazione. Riscoprire il ruolo del recettore come persona significa rifiutare di considerarlo come un semplice "cliente" della comunicazione. Non a caso ~~adesso~~ recentemente, più che di "recettore", si è voluto parlare di "destinatario".

2) attesa da ricevere e valorizzare - "l'aspirazione al colloquio..." "Assicurare questo colloquio, favorirlo ed indirizzarlo verso i problemi di maggiore importanza, significa per i comunicatori stabilire un continuo e stimolante contatto con la società e portare gli stessi recettori ad un livello di attiva corrispondenza". E' il passaggio, sufficientemente teorizzato, da molti atteso e auspicato, ma soltanto limitatamente realizzato da una fase della comunicazione praticamente unidirezionale, diretta da un comunicatore posto in posizione di privilegio e di infallibilità, protetto da strutture del tipo "corpo separato", tenuto a una strategia orientata dalla propaganda, ad una fase della comunicazione in cui l'utente è coinvolto, non è più passivo, è determinante. Ciò ha rilevanza sia sui modi della comunicazione (sviluppo della controinformazione, radio e TV locali, terza rete, cinema a basso costo, giornali locali), sia sui contenuti. A tale proposito, il discorso si innesta profondamente in quello più generale di una società, ~~italiana~~ quella italiana, che proprio in questa congiuntura storica si batte per superare antichi diaframmi tra istituzioni e cittadini e per realizzare una democrazia veramente partecipata a tutti i livelli. E' interessante, in questa materia, esaminare in particolare i nodi e le difficoltà che continuano a frapporsi alla realizzazione di questo scopo.

3) L'esigenza della verità - "Si tratta di un diritto fondamentale della persona, radicato nella stessa natura umana e strettamente collegato con quell'istanza di partecipazione che l'odierna evoluzione tende a garantire a ciascun membro della società". Nel discorso della partecipazione il problema di un'informazione veritiera e completa si pone come un'esigenza fondamentale. Si tratta di verificare i modi e i tempi per affrancare i mass media dai loro vizi soggettivi ed oggettivi, dovuti cioè all'atteggiamento dei comunicatori o alla loro specifica natura. Il tutto, nel quadro di quel "diritto all'informazione" esplicitamente affermato dalla "Communio et Progressio" e spesso rimesso in discussione di fatto

3)

nelle varie situazioni storiche. Fino a che punto il diritto di informare rivendicato dai comunicatori coincide con il diritto all'informazione da parte dei cittadini?

4) caratteri di una strategia collaborativa - "Non creare dei gruppi di pressione, inasprando ancora confronti e tensioni del tempo presente, ma impedire che al posto di una "tavola rotonda della società", a cui tutti abbiano un giusto accesso secondo la propria preparazione e l'importanza di cui sono latori, subentrino gruppi non rappresentativi, che potrebbero fare un uso unilaterale, interessato e restrittivo degli strumenti in loro possesso". E' il tema del pluralismo, dei suoi vantaggi, dei rischi che può comportare se malinteso. E' il tema di un uso sociale dei mass media, cioè finalizzato al bene comune. I cristiani, in questo discorso, hanno una responsabilità particolarmente accentuata in linea con il progetto della trasformazione "della comunicazione in comunione". Importanza della pluralità delle voci e necessità della chiarezza dei punti di vista. Non prevaricazione, ma onesto confronto. Strumenti operativi necessari per il dialogo.

5) l'attitudine del recettore - "Dar prova di una vigilante capacità di discernimento e di confronto con gli autentici valori etico-religiosi, apprezzando ed accogliendo gli elementi positivi ed escludendo quelli negativi". "La capacità di comprendere il linguaggio dei mass media, di scegliere opportunamente e di saper giudicare determina il dialogo con il comunicatore". Il recettore, per essere compartecipe attivo del processo comunicativo e protagonista della comunicazione, deve acquisire quelle conoscenze indispensabili a penetrare all'interno della dinamica dei vari mezzi. Si è molto parlato, negli ultimi anni, ~~exemplis~~ della cosiddetta formazione all'uso dei mass media. Molte iniziative sono state prese in tal senso. Oggi come oggi, di fronte da un lato a una maggiore dimestichezza degli utenti con i vari mezzi e di fronte a un allargamento dell'ipotesi della comunicazione al momento partecipativo, una tale formazione

può rivelarsi non del tutto utile se realizzata in modo eccessivamente settoriale e tecnico. Occorre viceversa una consapevolezza generale del ruolo che i mass media giocano nell'insieme delle trasformazioni sociali e sul rapporto che ~~tra i~~ si instaura nella quotidianità tra questi mezzi e la nostra vita. Non sono solo i mass media a mettere in discussione i valori. I mass media sono espressione di movimenti, dinamiche e tensioni di ben più ampia portata. Criminalizzare i mass media nelle diagnosi sull'esplosione della violenza, per esempio, può essere un alibi di comodo per scaricare la ~~massi~~ coscienza e per evitare di assumersi altre responsabilità che sono nella cultura, nella politica, nell'economia, nella vita sociale, nella sfera morale. Una visione globale della portata della presenza dei mezzi di comunicazione sociale nella nostra vita individuale e ~~sovranità~~ nazionale ~~non~~ può riservare delle sorprese. Non può comunque prescindere da un costante raffronto tra il quadro offerto dal loro manifestarsi e il quadro generale della rilevanza dei valori tradizionali e dei valori nuovi in una società che cambia rapidamente, non senza lacerazioni. I mass media possono contribuire a ricomporre un modo di vita a dimensione più umana. Bisogna verificare come, in quali tempi, in quali condizioni strutturali e con chi. Bisogna verificare se le motivazioni di fondo della comunicazione coincidono o meno con le attese, le speranze, le tensioni di coloro che per convenzione indichiamo come i recettori.

Attese, diritti, doveri. La partecipazione sembra l'attesa principale, il diritto principale, il dovere principale. Si impone la verifica dei modi concreti in cui realizzare le attese, esercitare i diritti, adempiere i doveri.