

UFFICIO NAZIONALE COMUNICAZIONI SOCIALI

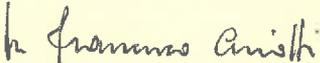
Roma, 7 aprile 1979

Gentilissimo Signore,

accludo a questa mia una sintesi dell'incontro tenuto a Campo di Giove il 3-4 marzo scorso.

Si è cercato di organizzare il ricco materiale attorno ai centri di interessi sui quali si è maggiormente insistito. Mi auguro che l'aver concentrato in poche cartelle il vasto materiale non offrirà deformato il pensiero dei partecipanti, i quali pertanto sono vivamente pregati di segnalare tempestivamente al sottoscritto eventuali osservazioni.

Mi è gradita l'occasione per porgere i più cordiali auguri di una felice Santa Pasqua


Sac. Francesco Ceriotti
Direttore

(con allegato)

Il convegno del 3-4 marzo scorso a Campo di Giove ha voluto essere per i partecipanti l'incontro per una meditazione personale e, nello stesso tempo, un'occasione per offrire all'Ufficio comunicazioni sociali della CEI, che è stato il promotore del convegno, una serie di dati, di informazioni, e una visione d'insieme dei problemi del mondo dello spettacolo, in particolare del settore radiotelevisivo.

L'Ufficio comunicazioni sociali, avendo la funzione di essere una specie di passaggio-tramite tra la realtà della comunità ecclesiale italiana e l'episcopato, ha sentito la necessità di raccogliere intorno ad un tavolo dei cattolici che operano nelle comunicazioni sociali, per rendersi conto delle leggi che regolano tale settore, quali i problemi che contiene e quali indicazioni sono necessarie per uno sviluppo più consono alla dignità dell'uomo.

Il convegno si proponeva solo di approdare ad una raccolta di suggestioni che scaturissero dalla comune meditazione; in effetti si è andati molto al di là di questo obiettivo, determinandosi tre poli d'interesse su cui si è venuta convergendo l'attenzione di tutti.

Ecco, in rapida sintesi, la riflessione sui tre poli.

1 - LA PERSONA AL CENTRO DEL MESSAGGIO CRISTIANO.

L'esperienza passata insegna che i cattolici, presenti nelle fonti d'informazione, si sono spesso espressi in termini di qualunquismo o di evasione, senza quella chiarezza di ideali e quella preoccupazione cristiana che ha come fine l'uomo come coscienza libera e pensante. I cattolici purtroppo sono coinvolti dalla cultura liberalborghese che non hanno ancora digerito e fino ad oggi si sono serviti dei mezzi di comunicazione per motivi di utilitarismo economico o di elettoralismo politico, piuttosto che animati dal proposito di servire l'utente considerato come persona umana; si è visto l'utente come colui che deve subire passivamente la ricezione di chi possiede questi strumenti e non invece come colui che riceve attivamente un servizio per la propria crescita individuale e sociale.

E' vero che la comunicazione sociale non è una cosa metafisica, ma appartiene al temporale, al tangibile, però si rivolge alla realtà "uomo", il quale, sia o no cristiano, è proiettato al di là del fisico, anche se rimane dentro il fisico. Gesù definisce la persona in questi termini: Voi siete miei amici, perchè vi ho rivelato quello che il Padre ha rivelato a me. La definizione di persona sta nella rivelazione

di ciò che si è ricevuto, perchè ciò che si è ricevuto è un originale irripetibile per ciascun uomo. Se non si vuole essere ripetitivi, va costantemente rivissuto il senso della scoperta dell'incarnazione di Dio nel mondo, va rivissuto in prima persona, con un rischio personale.

Inoltre, quando Gesù parlava agli uomini della Palestina, oppure sanava il peccato e insieme donava la sanità fisica, lo faceva dentro un contesto preciso, comprendendo in modo realistico l'angoscia degli altri e salvandola.

I cattolici invece, quasi sempre, mentre cercano un rapporto caritatevole con la persona parlando o agendo, poi, quando si tratta di formulare un disegno di cultura intorno a questo rapporto, non riescono più ad incarnare nel disegno di cultura tale rapporto e si rifugiano nelle citazioni culturali ed astratte; per questo non riescono a fare cultura, perchè la cultura è rappresentazione di questo rapporto reale, qui ed ora. Allora si piomba nell'astrattismo, nel qualunquismo o nell'evasione dall'unica realtà possibile: cioè la persona umana come fine del messaggio cristiano. Di qui le conseguenze che tutti possono vedere, quali la decadenza dei valori morali, la mancanza di una vera strategia politica e culturale, la religiosità vissuta come occasionale momento emotivo, l'assenza totale di giovani cattolici nel settore dello spettacolo,

2 - IL LINGUAGGIO DELLA COMUNICAZIONE SOCIALE.

Non si può procedere ad un discorso sulle comunicazioni sociali, in una prospettiva di impegno più avanzato, se non si fa un'analisi genetica del comportamento dei cattolici. Buona parte delle cose che si dice intorno a qualsiasi problema non ha la bruciante chiarezza del rapporto vivo col problema stesso: spesso si tratta di celebrazioni tra il letterario e lo scolastico della cosiddetta cultura. Di qui l'importanza di uno studio del linguaggio visivo.

Il linguaggio che normalmente i cattolici usano è qualcosa di ben lontano dal fatto: il fatto di una società di massa che vive e si realizza in quanto società di massa, proprio perchè la persona si organizza diversamente rispetto ad una società precedente. Si tratta di capire questa realtà ed esprimerla senza ambiguità, con un linguaggio tutto da inventare e che nasca da questo fatto specifico e culturalmente nuovo che è appunto la società di massa.

Mentre i giovani, diciamo marxisti, sono cresciuti più a contatto col mondo tecnologico e quindi sono in possesso di certi strumenti lessicali, avendo introiettato la realtà perchè l'hanno vissuta (non se ne sono allontanati, pensando che la realtà nuova fosse il diavolo), i cattolici invece si sono

formati con un riferimento molto minore, a volte inesistente, alla realtà; da questo fatto è derivata una specie di assenza dal reale contesto esistenziale. Ora, bisogna che anche i cattolici si appropriino dei mezzi coi quali sia possibile fare un discorso per l'uomo secondo un linguaggio che l'uomo possa capire.

Com'è giusto che i giovani imparino a leggere e a scrivere, così è giusto che imparino a scrivere anche con la macchina fotografica, con la cinepresa, con la telecamera, col videotape. Questi strumenti devono diventare familiari come una penna stilografica, come una biro.

Certo, anche la lettura critica è importante; tuttavia è necessario superare la fase dottrinarica, la fase prettamente umanistica, e trovare un equilibrio tra la cultura del passato e la tecnologia contemporanea. I cattolici hanno prodotto dei buoni critici, dei cineclub bene organizzati, ma da lì non può uscire una classe di elaboratori di proposte e di immagini; il cinema e la televisione si apprendono solo impastando le immagini, montandole, e poi facendone un'analisi; e non viceversa. Proprio perchè a livello tecnologico si assiste ad una semplificazione progressiva nell'uso di questi mezzi, vuol dire allora che il problema consiste solo nel mettere a contatto fisico i giovani con questi strumenti tecnici. Basta

col complesso borghese del rifiuto della manualità, come qualcosa d'infamante.

Oggi poi si va affermando un nuovo modo di comunicazione: mentre prima c'era l'esigenza di cattura del pubblico (indice di gradimento, esigenza di cassetta, ecc.), oggi la gente è satura di questa logica: vuole che gli argomenti vengano affrontati globalmente e seriamente, senza reticenze e falsi pudori, infischendosi delle ragioni estetiche; i programmi hanno presa se la sostanza degli argomenti emerge con semplicità e chiarezza, non hanno presa se sono troppo chiacchierati, fumosi o troppo legati a motivi estetizzanti.

Inoltre, fare cultura in una società di massa vuol dire cancellare per sempre il concetto di egemonia nel lavoro della cultura; non si tratta di essere crociani o gramsciani, si tratta invece di un modo diverso di fare cultura.

Che significa fare dei programmi che partano dal reale? Significa parlare, scrivere, rappresentare in modo diverso rispetto alle categorie culturali del passato. Fare una cultura che parta dal basso non vuol dire interpretare la situazione delle borgate secondo una visione marxista, significa invece inventare un tipo nuovo di espressività.

E' vero che i cattolici hanno mancato ad un appuntamento storico con la televisione e con il cinema, ma non tanto e non

solo per motivi politici ed economici (anche se è vero che il rifiuto delle scelte culturali è stato una delle colpe maggiori della Democrazia Cristiana), ma perchè non sono riusciti a trovare il modo, il mezzo, la forma per cui la massa si fa persona. E forse questo modo, questo mezzo, questa forma trovano significazione proprio in una nuova forma di espressività che nasca e si sviluppi non più a priori e ex cattedra, ma dalla base e nel contesto reale della società di massa.

E' chiaro che in questo modo crolla il ruolo classico dell'intellettuale e dell'autorità che genera cultura, e questo può creare timori, perplessità, paura, ma i cattolici devono trovare il coraggio di buttarsi in questo baratro e cercare un nuovo modo di vivere culturalmente la propria fede. Non si dimentichi che i cattolici, con la ripetitività, stanno scontando la loro pigrizia: fino ad oggi sono stati troppo bisognosi del sostegno dell'autorità degli antichi e poco capaci di essere se stessi liberamente, secondo lo spirito che guida l'uomo e lo rende capace di essere creativo.

2a - LINGUAGGIO ED EVANGELIZZAZIONE.

Secondo il Magistero della Chiesa, tutto ciò che riguarda l'annuncio della Parola, cioè il soprannaturale, non è mai completamente traducibile nel sensibile, e questo vale per tutti i mezzi di comunicazione, compreso l'uso della parola scritta o detta.

In pratica oggi si vorrebbe esprimere l'annuncio di Cristo in modo comprensibile all'uomo di oggi, cercando di superare le categorie dottrinali del tomismo e della scolastica, anche se uno sforzo del genere non sempre è accolto dagli stessi operatori pastorali con la disponibilità necessaria. Se esiste quindi una difficoltà enorme a far superare gli schemi dottrinari tradizionali, diventa pressochè utopico oggi pensare di far capire la necessità di usare, oltre alla parola detta o scritta, anche le immagini.

Tutti i linguaggi dovrebbero essere complementari l'uno all'altro: mentre la parola si presta ad un'analisi più concettuale, l'immagine serve invece ad esprimere la fede per contatto e per comunicazione d'esperienza.

La Chiesa Cattolica porta con sè un'eredità pesante, che consiste nel credere che solo i chierici siano portatori dell'annuncio della salvezza, e questo ha permesso che il messaggio cristiano si sia ridotto, nel tempo, a dottrina, mentre è

molto di più. Per troppi secoli la catechesi è stato un insegnamento, perchè la chiesa, per motivi estranei alla sua natura, voleva dominare le coscienze. Ora invece il discorso di una chiesa partecipata, riconoscendo la corresponsabilità di tutti i cristiani all'annuncio di Cristo, crea una grossa rivoluzione, perchè non si tratta solo di un'affermazione di principio, ma si deve porre anche in modo concreto la possibilità di realizzare questo. La catechesi può avvenire oggi non solo in chiesa, ma anche fuori, ed il problema del linguaggio si pone quindi come una questione importante nel processo di evangelizzazione. Infatti non si capisce il mondo moderno se non si capisce il circuito delle comunicazioni di massa, là dove si cambiano le opinioni, i valori, si tramutano le psicologie. Se si trascrive il rapporto che l'uomo di oggi ha con Dio, rispetto a com'era vissuto questo rapporto vent'anni fa, ci si rende conto dell'apporto fondamentale, positivo o negativo, che i mezzi di comunicazione sociale hanno dato all'immaginazione individuale e di massa nel porsi nei confronti della divinità. Oggi, quando un sacerdote evoca attraverso l'omelia i valori evangelici, spesso questi valori non giungono ai cristiani in ascolto, o se giungono, vengono percepiti ed assimilati in modo diverso da quanto il sacerdote possa pensare, attraverso delle modalità intellettive, im-

maginative e sensitive che sono tipiche del mondo contemporaneo, e da cui il sacerdote si è autoescluso.

Non bisogna dimenticare l'esempio di Cirillo, che rientra nella migliore tradizione della Chiesa. Quando egli sentì il problema delle tribù slave che avevano bisogno di riscattare una loro autonomia nei confronti dei bizantini, la prima cosa che fece fu quella di inventare un alfabeto per poter tradurre la Vulgata. Egli allora si scontrò coi vescovi latini e tedeschi, ma il papa capì e spiegò l'importanza dei linguaggi.

Anche oggi i cattolici devono entrare nelle strutture della cultura contemporanea, devono impossessarsi di un certo modo di esprimersi, per poter affermare le loro istanze cristiane e vivere in modo originale e creativo la propria fede e il proprio apostolato.

3 - NECESSITA' DI UNA STRATEGIA CULTURALE E PROPOSTE.

Bisogna avere il coraggio di guardare in faccia la realtà: oggi, nel settore televisivo e cinematografico, l'80% del prodotto di qualità che produce gradimento è in mano a poche multinazionali, che progettano i loro prodotti con precise ricerche di mercato.

L'uomo della strada ha bisogno per la propria evasione di

emozioni forti, di programmi che gli facciano dimenticare la realtà che lo circonda; bene! queste multinazionali si impegnano a dargli, e con buone confezioni, tutto quanto lo può gratificare sul piano emotivo, fantastico, erotico-sessuale: è l'alienazione nelle sue forme più sublimite. E' qui che si gioca la libertà dell'uomo, perchè l'uomo della strada, non potendo operare delle scelte critiche, ricerca degli stereotipi che più gli si confanno, quasi meccanicamente. L'utente crede di essere libero, in realtà ubbidisce a degli stimoli che lo condizionano, proprio perchè tutto è già stato deciso per lui.

Come ci si può opporre a tutto questo?

Con la presa di possesso degli strumenti.

La "teologia marxista" afferma che i lavoratori devono appropriarsi dei mezzi di produzione, perchè solo così possono diventare capitale e quindi Stato, Democrazia, ecc. Questo discorso significa che non è con le parole che si cambia questo processo terrificante, si cambia con delle multinazionali diverse, che si propongano una strategia culturale che abbia come obiettivo l'uomo come persona.

Se rifiutiamo questa soluzione, rimane l'eremo, perchè non esiste una terza via tra l'eremo e un certo tipo di impegno politico-culturale che si esprima in termini operativi.

Bisogna cioè immettersi nel mercato e diventare forti portatori di operazioni a livello industriale; ma, per fare questo, occorre che si determini in modo organico un'aggregazione omogenea a cui si aggancino tutte le forze esistenti nell'area cattolica, con un grosso investimento di uomini e di mezzi.

Bisogna aggregarsi innanzitutto su alcuni obiettivi: discutere i principi attivi in ordine alle comunicazioni sociali di massa e poi garantirsi un'azione nell'area del dibattito sulla gestione sociale dei mass media. A questo punto non sarà difficile costituire una specie di multinazionale, potenziata da capitali stranieri, che cambi completamente gli standards dei contenuti.

Infatti, se fondamentale resta la valutazione economica del prodotto, bisogna però che il prodotto nasca da una precisa politica culturale, che non può essere espressa da una singola persona, ma deve essere l'espressione di una collettività che discuta e agisca insieme tenendo conto delle finalità da perseguire.

Il problema allora si pone in questi termini: bisogna individuare oggi, in questa società, una piattaforma in cui trovare dei parametri, dei punti di riferimento che siano la premessa, su cui costruire poi questa multinazionale; pur tenendo conto di tutti i condizionamenti oggettivi e di tutte le

finalizzazioni a livello economico e di concorrenza, bisogna individuare nel concreto, partendo da una teoria che deve esserci, anche se non possiamo pretendere di risolverla una volta per tutte, a priori, bisogna individuare nel concreto i meccanismi di controllo, in cui coinvolgere non solo gli operatori, ma anche gli esponenti delle associazioni cattoliche e gli uomini politici.

Se si riuscisse a mettere in piedi un meccanismo abbastanza permanente, a periodicità ragionevole, di incontri operativi, in cui il discorso del progetto si verifici non in astratto, ma in rapporto alle concrete operazioni di strategia culturale che si fanno negli snodi cruciali della programmazione radiofonica, televisiva e cinematografica, forse riusciremmo contemporaneamente a risolvere l'esigenza di dotarci di una vera e propria teoria non astratta, di una strategia sui tempi lunghi non utopica, e anche a fare delle scelte operative che abbiano dietro di sé una loro logica. Ma intanto che si mette a punto questa strategia, è bene nel frattempo interpellare tutti coloro che sentono il bisogno di impegnarsi in un'azione comune di questo tipo. L'Ufficio di comunicazione sociale sia il punto di riferimento attorno a cui raccogliere i cristiani che si battono per un'autentica alternativa culturale. Occorre fare una specie di censimento delle persone e dei mezzi di ispirazione

cristiana, in modo che ciascuno possa trovare i collegamenti necessari per svolgere la propria azione.

Bisogna inoltre trovare tra i giovani quelle potenzialità culturali, in grado di esprimere nel domani i futuri ideatori, i futuri inventori, i futuri proponenti, da incanalare appunto in un'operazione che abbia caratteristiche industriali, a livello industriale.