

Il Margine, n.5/1991

IL CARDINALE E LA TELEVISIONE

Per uno stile comunicativo nei mass-media

Paolo Ghezzi

Non mi hanno mai particolarmente entusiasmato i vescovi che disertano di sociologia, psicologia, economia politica, sessuologia. E non mi convincono nemmeno quelli che si improvvisano giornalisti e massmediologi. Con un'avvertenza autocritica, peraltro: vescovi e giornalisti hanno tendenzialmente lo stesso difetto, quello di voler fare i tutologi, cioè coloro che sanno poco di tutto, ma che scrivono e parlano molto di quasi ogni aspetto dello scibile umano.

La premessa serve a chiarire che non ho lanciato urrà di gioia né tirato profondi sospiri di sollievo, quando ho appreso che Carlo Maria Martini, cardinale arcivescovo di Milano, aveva dato alle stampe una lettera pastorale sui mezzi di comunicazione, e sulla televisione in particolare. Con tutta la stima che è giusto nutrire nei confronti del gesuita cardinale, infatti, in questi paraggi ecclesiastico-comunicativi ci si imbatte spesso in fervorini generici, raccomandazioni accorate, appelli all'evangelizzazione «moderna» e al risveglio delle coscienze contro l'imbarbarimento da video. Tutte cose legittime e probabilmente «sante», ma quasi sempre fondate su una concezione puramente «strumentale» dei mass-media: mezzi, per l'appunto, e soltanto mezzi per raggiungere il Fine ultimo della conversione dei cuori.

Ebbene, il messaggio di Martini è una piacevole sorpresa, un'onda controcorrente, un respiro a larghi e poco clericali polmoni, a partire dallo stile colloquiale che si sposa con una terminologia aggiornata e appropriata. Certo, non manca qualche inevitabile luogo comune e la parte finale sulle indicazioni pastorali non è sensazionalmente originale, però *Il lembo del mantello* — fin dal titolo — è una voce che si tira fuori dal solito coro.

In questo articolo cercherò di spiegare il perché, e di sottolineare le «provocazioni» più riuscite, lucide e intelligenti.

La radice trinitaria della comunicazione

Comincio dalla prima provocazione, che è poi l'ultima nella scansione del messaggio, perché è l'appendice intitolata «Preghiera del viaggio di ritorno dal satellite». Ecco, sentite questa riedizione martiniana del *Cantico delle creature*: «Laudato sii mio Signore con tutte le tue creature / specialmente fratello televisore / che riempie ore delle nostre giornate / ed è bello e irradiante con grande splendore / e di te Altissimo porta significazione».

Potrebbe essere una serenata «tecnofrancescana» se non fosse fondata su un ragionamento strettamente teologico nell'introduzione alla lettera pastorale, che è poi la parte più densa e originale del documento martiniano.

Dio è Trinità, argomenta il cardinale, e dunque è comunicazione e dialogo: inoltre l'impegno del Dio trinitario nella sua comunicazione all'uomo rivela già di per sé il valore intrinsecamente buono di ogni atto comunicativo e, di riflesso, il valore di ogni strumento di comunicazione tendente a mediare o a moltiplicare tale atto».

Questa radice «trinitaria» della comunicazione fa dire a Martini, addirittura: «posso guardare i mass-media non solo genericamente come un dono di Dio, così come guardo le montagne o i grattacieli, bensì come strumenti che hanno un rapporto più stretto che non altre realtà create con il piano comunicativo di Dio».

Martini supera e completa dunque la concezione che può essere sintetizzata nel titolo conciliare *Inter Mirifica* — cioè la contemplazione della televisione e della radio come «meraviglie» tra le meraviglie create dall'ingegno umano — per nobilitare gli strumenti della comunicazione sociale al rango di mezzi «divini» per eccellenza: «anche mediante gli strumenti della massificazione dei messaggi è possibile una vera comunicazione umanizzante e addirittura salvifica».

Parole grosse, parole che affidano una straordinaria responsabilità ai «comunicatori», ma soprattutto parole che incarnano la grande lezione del Vaticano II sullo «Spirito che soffia dove vuole», e la concezione rahneriana del «cristianesimo anonimo»: non è necessario che un programma tv sia emesso da un'antenna cattolica, confezionato da un redattore credente, e che parli di un istituto di suore, per «veicolare» un frammento della presenza divina nella storia dell'uomo. Ecco perché il «lembo del mantello»: la donna malata che si fa strada tra la folla verso Gesù è convinta che «è sufficiente un lembo del mantello, sfrangiato e impolverato, per stabilire la possibilità di un incontro». Così, quasi in ogni messaggio, in ogni immagine che circola nell'etere si può ritrovare un'eco (sia pure sfrangiata, impolverata) di Dio e della scintilla divina che c'è in ogni uomo, anche in chi non ne è consapevole.

Fatta questa premessa teologica sul valore intrinseco di ogni atto, e quindi di ogni mezzo di comunicazione, Martini passa ad analizzare — nella prima parte intitolata «Dialogo di un fedele con il suo televisore»

— l'influsso dei mass-media sulla nostra vita quotidiana. Lo fa intessendo un vivace «botta e risposta» tra un telespettatore e il suo teleschermo: artificio letterario che gli consente di tirar fuori tutte le classiche obiezioni alla video-invasione.

Il concetto fondamentale da cui parte Martini è che i media formano comunque, anche quando dicono che fanno «solo» informazione: e formano, attenzione, non solo attraverso i contenuti ma per «come» li propongono, per l'atmosfera in cui immergono i recettori, per il mondo frammentato e artificiale che riproducono, come se fosse la realtà senza veli e senza mediazioni. Martini riecheggia evidentemente Mac Luhan, pur senza nominarlo, quando scrive: «Tu, caro televisore, non sei semplicemente un contenitore. Il fatto che tu esista cambia in qualche modo il nostro rapporto con la realtà».

La melassa mediale

Siamo come a bagnomaria in una «melassa mediale» (l'espressione è mia, non di Martini) dove i singoli messaggi si confondono in un unico, indistinto flusso di coscienza nutrito da immagini che mangiano altre immagini, da notizie che divorano altre notizie. C'è un lato diabolico in questo potere persuasivo dei media, anche se il cardinale non lo dice in modo così crudo. C'è un potere di suggestione con devastanti conseguenze sociali a livello planetario: «non è forse il tuo potere persuasivo — dice Martini alla tivù — quello che convince uomini e donne dell'est d'Europa e del Mediterraneo ad affrontare viaggi assurdi per andare verso quei Paesi delle meraviglie e del benessere che hanno visto in televisione, senza pensare che anche in quei Paesi c'è fatica, ingiustizia e povertà?». E' suppergiù la cosa che mi disse il grande Nyerere, «padre» della Tanzania indipendente, quando gli chiesi che cosa si poteva fare — Nord e Sud del mondo insieme — per frenare il flusso migratorio che impoverisce i Paesi poveri e crea nuove sacche di emarginazione e tensioni in quelli ricchi. «Non c'è proprio niente da fare — rispose Nyerere — i nostri figli continueranno a partire per le vostre città, perché adesso — attraverso la televisione — la vostra tremenda ricchezza è visibile».

E Martini è implicitamente orwelliano quando afferma: «Più che guardare siamo costantemente guardati da tanti piccoli o grandi schermi». Sì, il televisore è nelle nostre vite e condiziona le nostre scelte, con il pericolo — per l'appunto — che il «flusso» prevalga sul singolo messaggio, che i sentimenti superficiali scaccino quelli più profondi, che si affermi, con la cultura dell'immagine, «una cultura fatta di vibrazione emotiva, fortemente coinvolgente» che appiattisce la «verità sulle mie sensazioni, sul mio vissuto emotivo».

E questo avvertimento, a ben vedere, non vale solo per «Videomusic» e la marmellata di «clip» che i giovani spalmano sul proprio pane quotidiano, ma anche per quelle trasmissioni di cosiddetta «tv-verità» dove il

confronto dialettico diventa rissa da osteria, dove l'argomentazione tricolora in insulto, dove le immagini da «pugno nello stomaco» sono buttate in faccia, ma non spiegate, non razionalizzate. E' chiaro che la tv vive di immagini, ma è altrettanto evidente che, senza parole intelligenti e intelligibili, resta una «melassa mediale» che stordisce, «distræ», obnubila il senso critico e annacqua le responsabilità individuali.

Responsabilità dei comunicatori

Ma l'educazione critica degli utenti, pur fondamentale, «non sarebbe sufficiente a migliorare la situazione senza una forte presa di coscienza della responsabilità primaria di coloro che sono a monte delle notizie e delle trasmissioni». Martini dedica ai comunicatori, con garbo ma anche con severa schiettezza, alcuni passaggi che toccano nel vivo la mia professione di giornalista e che riporto pari pari, perché colpiscono nel segno.

«La fretta, l'urgenza, lo scoop. Basta arrivare primi con l'immagine, la notizia; non importa come, non importa quanto valutata, meditata, rielaborata. Così si assiste a una specie di martellamento o bombardamento per stupire e passare oltre. All'indomani non si sa più nulla dei problemi gravissimi presentati ieri. Si riparte da capo, come se nulla fosse».

«Com'è possibile chiedere a una madre cui è appena morto un figlio: 'Come sta, signora? che cosa prova in questo momento?... E che dire del rispetto della persona, quando sui giornali vengono dati in pasto ai lettori nomi e cognomi di vittime vere e insieme di falsi colpevoli?».

E poi, sul rapporto tra giornalisti e politici: «Tropo spesso ti limiti a essere il megafono di messaggi che non mi arrivano, espressioni in codice, interni come sono al sistema di potere e lontani dalla gente... Tropo spesso mi insospettiscono alcuni toni un po' ossequiosi, quasi che tu svolgessi funzione di portavoce e non, invece, di interlocutore a nome della gente che non ha possibilità di rivolgere domande, ma che pure vorrebbe vedere qualcuno che sappia farlo... Consentimi un'impertinenza: hai presente davanti a te queste persone quando scrivi? oppure ti viene più naturale pensare al giudizio dei colleghi che ti leggeranno? ovvero accarezzi in anticipo l'apprezzamento (o temi la critica) del politico, dell'amministratore, del personaggio influente nel settore di cui ti occupi».

E' come la traccia di un esame di coscienza del giornalista: ma, attenzione, non si tratta di un problema esclusivamente etico, bensì anche professionale. Essere al servizio del lettore o del telespettatore non è infatti un *optional* per chi fa comunicazione, ma è il nucleo stesso del «mestiere», la sua ragion d'essere. E quante volte invece i media propinano il teatrino dei duelli verbali echeggianti dal vuoto pneumatico della politica, o i festival delle futilità, invece di andare a scavare nelle questioni da cui dipende la vita di una società, nei problemi quotidiani della gente?

Una giornata di silenzio

La seconda parte della lettera, «Dai tetti del villaggio globale» si occupa del ruolo della Chiesa come oggetto e come soggetto di comunicazione. Come accennavo all'inizio, sono le pagine meno elettrizzanti del «Lembo del mantello», anche perché Martini è costretto a ripetere — sia pure con la sua peculiare intelligenza — cose già note e già dette: la Chiesa che deve accettare la sfida dell'«opinione pubblica» dentro e fuori di essa, la Chiesa che deve essere aperta e trasparente e tollerante nei confronti dei giornalisti che la «raccontano», la Chiesa che deve formare le coscienze degli operatori e degli utenti, che però può anche gestire direttamente strumenti di comunicazione e di «formazione». La Chiesa che deve ricorrere alla «condanna» di un programma, di un articolo o di un film solo come *extrema ratio*, e che viceversa deve prima di tutto testimoniare uno «stile» di comunicazione diverso, attento alle persone, non massificato. La Chiesa che però deve avere anche un ruolo profetico: di qui la proposta di una «giornata del silenzio» in cui tenere spente le radio e le tv per ritrovare il gusto del dialogo interpersonale.

Già, perché la primaria e fondamentale comunicazione è tra il «tu» e l'«io», tra il «voi» e il «noi». E allora dall'alto di un satellite, o dall'alto dell'asteroide «B 612» del *Piccolo Principe* citato da Martini, si scopre che la terra è un «minuscolo villaggio — per quanto 'globale' — nel vasto universo», e che quindi le masse a cui si rivolgono i «media» stanno tutte racchiuse nel palmo di una mano. Dunque, lo sguardo dall'alto relativizza il gigantismo degli strumenti e la retorica delle grandi folle di spettatori planetari: ritorna in primo piano la relazione interpersonale, la donna che tocca il lembo del mantello di Gesù di Nazareth.

Parallelamente, va radicalmente respinta la tentazione d'onnipotenza insita nei mass-media: «E' quasi istintivo per l'uomo comprendere, nel senso, appunto, di prendere dentro, di afferrare e come racchiudere in sé l'intera realtà riducendola alla propria misura. I media si muovono secondo tale logica». Cioè riducono, schematizzano, ingabbiano, dimenticando Pascal: «in confronto della realtà delle cose partoriamo solo atomi». Inoltre, i mezzi di comunicazione sono «orizzontalisti», credono di poter spiegare tutto (ogni alluvione, ogni uragano poteva essere «previsto» e ha sicuramente un «responsabile», meglio se è un ministro) e restano miopi nei confronti di ogni dimensione più misteriosa, più inafferrabile. I «media» ci hanno raccontato il crollo del muro tra Est e Ovest, dice Martini, ci hanno fatto partecipare con intensa commozione alla rivoluzione tranquilla, ma ce l'hanno spiegata? No, secondo il cardinale, perché hanno ignorato le radici spirituali e inafferrabili del cambiamento, quello che un laico come il presidente cecoslovacco Havel, citato da Martini, ha definito così: «Non so, se so cosa sia un miracolo. Nonostante ciò oso dire che, in questo momento, sto partecipando a un miracolo...».

In quest'ultima parte del messaggio, dalle altezze del satellite, si chiude

dunque il cerchio del ragionamento martiniano che ritorna alla dimensione teologica, religiosa e dunque misteriosa della comunicazione, enunciata nell'introduzione. L'arcivescovo di Milano chiede ai giornalisti e ai «fruitori» di essere aperti di fronte alle sorprese della storia e dello spirito, di conservare una capacità di essere stupiti, di non capire. E' per questo che, paradossalmente, Martini sostiene che è il giornalista sportivo, e non quello politico o economico, il cronista più adatto a raccontare i «miracoli», le «sorprese», i lati più «spirituali», «verticali» e inafferrabili degli avvenimenti: «occorre avere occhio — raccomanda Martini — per la dimensione ludica, estetica, gratuita delle cose, andare al di là dei retroscena e dei secondi fini».

Oltretutto, aggiunge il cardinale, «ne verrebbe un più grande rispetto per il mistero dell'uomo, una sospensione del giudizio ultimo di fronte alle azioni umane».

Utopie, ecclesiastiche utopie di un biblista porporato? Forse no, perché ogni tanto il nostro video è squarciato da racconti per immagini che bucano il muro dell'indifferenza, che interrompono «miracolosamente» (appunto...) il flusso della melassa mediale. Sto pensando al reportage di Piero Badaloni sui *meninos de rua*, i ragazzi di strada del Brasile, trasmesso sabato 19 ottobre, ovviamente a ora tarda, da Raiuno. Uno spaccato di vita disperatamente quotidiana nelle *favelas*, facce di ragazzi «bruciati» che non dimenticheremo: anche perché alla fine — sul fermo immagine dei loro visi disperatamente sorridenti — il giornalista ci avverte che, un anno dopo l'inizio delle riprese per il servizio, dei quindici *meninos de rua* ne resta in vita solo uno. Gli altri? Tutti morti. Ammazati dalle squadre di sterminio o dalle bande rivali.

Il satellite ci ha portato in casa una tragedia. Vera. Fratello televisore ci ha dato un pugno nello stomaco. Alla fine del programma non sono riuscito a cambiar canale, come faccio sempre, e riciclarci su Giorgio Bocca nell'*Harem* di Catherine Spaak (che pure è un rispettabile programma di intrattenimento). Ho spento il televisore. Ci siamo guardati in faccia. Quei *meninos de rua* ci avevano toccato il mantello: e lo strappo che era rimasto, almeno per un po' di tempo, ci farà male. ■