

# Le élites mediali e le scelte culturali dei media<sup>\*</sup>.

Armando Fumagalli

## 1. Una società della disuguaglianza

Siamo abituati ad avere un'immagine del nostro Paese, e più in generale dei Paesi occidentali avanzati, come di società sostanzialmente egualitarie, in cui una democrazia sostanziale è stata raggiunta. In realtà, invece, dal punto di vista culturale -che è quello che interessa di più nell'ottica pastorale e dell'evangelizzazione, perché incide più a fondo sul vissuto delle persone- in nessun'epoca della storia probabilmente si è realizzato uno squilibrio così forte fra poche, pochissime persone, che hanno una grande incidenza sul piano culturale e una grande maggioranza di persone che, sostanzialmente, subiscono questa grande preminenza di pochi.

Tutto il sistema dei *media* tende a dare l'illusione di un mondo trasparente, cioè tende a dirci, in modo esplicito o implicito, che tutto quello che succede di rilevante lo sta raccontando, tutte quanto è importante viene reso pubblico, e che quindi niente gli sfugge. In realtà, il mondo dei *media* non solo nel confezionare il "racconto del mondo" si muove su logiche culturalmente determinate (secondo le quali, per es., è più importante la dichiarazione di un ministro che la morte di cento abitanti dell'India), ma ha anche grossissime sacche di disinformazione al suo interno e altrettanto grandi prismi di deformazione di ciò di cui parla<sup>1</sup>.

---

<sup>\*</sup> Questo saggio è la rielaborazione di una conferenza tenuta a un pubblico di sacerdoti: risente quindi, almeno in qualche parte, della sua origine orale. Ho reputato tuttavia utile seguire comunque questa traccia, che mi sembrava pertinente per la presente pubblicazione, e lasciare almeno in parte il tono colloquiale, che -se non altro- rende il testo forse più scorrevole.

<sup>1</sup> La bibliografia sulla disinformazione nell'odierna società dei media è ormai abbastanza vasta: cfr per es. Jean-François Revel, *La connaissance inutile*, Grasset, Paris 1988; trad.it. *La conoscenza inutile*, Longanesi, Milano 1989; Dario Fertilio, *Le notizie del diavolo. La parabola ignota della disinformazione*, Spirali, Milano 1994;

Un fatto assai istruttivo è stato raccontato in un recente convegno, da un americano, John Wauck, attualmente sacerdote e docente presso la Pontificia Università della S.Croce, ma che precedentemente, da laico, aveva lavorato per alcuni anni presso il Ministro della Giustizia americano e poi nell'équipe di un senatore. Qualche anno fa ci fu una manifestazione a favore della vita a Washington; il quotidiano principale della città, il *Washington Post*, non dedicò neanche una parola all'evento, nonostante fosse una marcia a cui avevano partecipato centinaia di migliaia di persone in tutto il paese. Il garante per l'informazione chiese quindi conto ai giornalisti del *Washington Post* di questa omissione. La loro risposta sconsolata fu: "Noi non sapevamo niente dell'evento; nessuno di nostra conoscenza ne sapeva niente"<sup>2</sup>. Potrebbe sembrare il modo poco elegante di cavarsela di qualcuno che non ha voluto raccontare un evento importante; in realtà non è del tutto inverosimile, non è improbabile. Sempre Wauck ricordava in quello stesso contesto l'episodio rimasto famoso di una giornalista che si era stupita quando fu eletto Richard Nixon, nel '72, perché diceva: "Come può aver vinto Nixon? Nessuno che io conosca ha votato per lui".

Vediamo un altro paio di esempi che offriva Wauck a proposito degli Stati Uniti, per mostrare la percezione distorta che abbiamo di questo Paese; esempi molto "innocui", ma che gli servivano per mostrare che c'è una grande differenza fra quella che lui chiamava "l'opinione d'élite" e l'opinione o il modo di sentire di molta altra gente nel Paese. Probabilmente, diceva, sorprenderebbe molti americani e la maggior parte dei non americani scoprire che la musica più popolare negli Stati Uniti non è il rock and roll, ma piuttosto il *country*, o che lo sport che attira più pubblico non è il baseball o il basket, ma le corse automobilistiche. Questo per il semplice motivo che coloro che costruiscono la cultura dominante nella stampa e nella televisione, quelli insomma che trasmettono al mondo il volto dell'America,

---

Gabriel Galdòn, Lòpez, *Informazione e disinformazione. Il metodo nel giornalismo*, Armando, Roma 1999. Una sintesi della questione è anche nel primo capitolo di Gianfranco Bettetini – Armando Fumagalli, *Quel che resta dei media*, Angeli, Milano 1998.

<sup>2</sup> L'episodio è raccolto in John Wauck, *Il momento culturale attuale negli Stati Uniti nei confronti del cinema, della letteratura e dei valori cristiani*, in AA.VV., *Atti del Convegno Arte, vita e rappresentazione cinematografica. Senso estetico, esigenze spirituali e istanze culturali*, Ente dello Spettacolo Editore, Roma 1999, pp.121-132.

per lo più non ascoltano la musica country e non vanno alle corse automobilistiche.

Tutto ciò può sembrare paradossale, ma in realtà sono solo piccoli esempi che sono specchi di come la nostra società, apparentemente così trasparente, così livellata, egualitaria in tutto, nelle possibilità di accesso ai vari servizi, ai vari contenuti culturali, eccetera, in realtà è una società attraversata da fortissime correnti in una direzione o in un'altra. Questo è tanto più importante, oggi, in quanto la nostra esperienza del mondo è fortissimamente mediata, "mediatizzata". Ormai non ci rendiamo più conto di quanto ciò che riteniamo appartenere al mondo che pensiamo di aver conosciuto direttamente, in realtà deriva da esperienze che sono mediate da apparati di comunicazione di massa. Sono mediate da quello che abbiamo letto sui giornali, da quello che abbiamo visto alla televisione o al cinema, da quello che scrivono gli scrittori, che a loro volta si sono molto formati sulla televisione e sul cinema, oppure su altri scrittori: sempre forme di mediazione. Così come forme di mediazione sono anche le diverse tradizioni narrative, che tendono a raccontare della realtà soltanto alcuni aspetti piuttosto che altri.

Quello che appartiene ormai al paesaggio culturale della grandissima maggioranza delle persone, in realtà dipende da pochissime fonti; Habermas e Apel, nella loro teoria della comunicazione e nella loro proposta di un'etica della comunicazione continuano a sostenere una teoria dell'opinione pubblica che è modellata –più o meno inconsciamente- in Apel (per derivazione da Peirce) sulle ristrette comunità di scienziati, in Habermas sulle ristrette comunità di intellettuali del '700 che si riunivano nei caffè.

Questi due autori propongono una teoria dell'opinione pubblica come se ci fossero nella società le condizioni per un approfondimento veramente razionale di ogni questione e come se ogni soluzione venisse da un vero e realizzabile dialogo culturale di tutta la società. In realtà questo non avviene assolutamente, perché nella società ci sono delle correnti fortissime dall'alto verso il basso di trasferimento di cultura da pochi a molti; non c'è mai o

quasi mai il dialogo, non c'è un confronto paritario<sup>3</sup>. Per quanto riguarda l'informazione politica dipendiamo da pochissime fonti (le notizie che arrivano da tutto il mondo in realtà sono fornite sostanzialmente da pochissime agenzie, che stanno tutte sulle dita di una mano); questo spiega anche come dal terzo mondo arrivino assai poche notizie, profondamente distorte, oppure semplicemente non viene data notizia di quello che non tocca gli interessi del mondo ricco, del mondo occidentale, del mondo avanzato oppure semplicemente quello che è difficile da raccontare (perché è molto costoso andare a riprendere immagini) ed è poco spettacolare per il pubblico di un telegiornale<sup>4</sup>.

Dal punto di vista dello spettacolo -che per la formazione culturale profonda, quella che va a toccare gli orientamenti esistenziali- è ancora più importante dell'informazione (lo spettacolo, infatti, soprattutto se è narrativo -il cinema e la fiction televisiva- propone sempre con grande forza modelli di vita) ci troviamo in una situazione di ancora maggiore concentrazione.

Quello che viene da Hollywood, una ristrettissima minoranza non solo rispetto alla popolazione mondiale, ma anche rispetto alla popolazione americana, rispetto alla California e rispetto alla stessa Los Angeles, è ciò che viene visto in tutto il mondo.

Coloro che veramente decidono che cosa viene prodotto al cinema sono un piccolissimo numero di persone: potrebbero essere intorno alle cinquecento persone, poco più, poco meno. Senz'altro ci sono dirigenti che cambiano, attori che cambiano, però ci sono alcune figure molto importanti, produttori, scrittori, consulenti di sviluppo, che non cambiano anche quando una casa di produzione cambia assetto azionario, proprietari o i dirigenti più alti. Sono nomi per lo più non notissimi al grande pubblico (Zanuck, Zwick,

---

<sup>3</sup> Sui limiti teorici e l'irrealizzabilità pratica delle teorie di Habermas e di Apel, cfr Robert Spaemann, *Zur Kritik der Politischen Utopie*, J.G. Cotta, Stuttgart 1977; trad. it. aumentata *Per la critica dell'utopia politica*, Franco Angeli, Milano 1994; cfr anche, dello stesso autore, il capitolo sul dialogo in Robert Spaemann, *Glück und Wohlwollen*, Ernst Klett, Stuttgart 1989; trad. it. *Felicità e benevolenza*, Vita e pensiero, Milano 1998. Una riflessione critica sul problema del dialogo nei media e sull'utopia di queste "etiche della comunicazione" anche in Gianfranco Bettetini (con Armando Fumagalli), *Etica della comunicazione*, in Carmelo Vigna (a cura di), *Introduzione all'etica*, Vita e pensiero, Milano 2001, pp.275-302.

<sup>4</sup> Cfr John B. Thompson, *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, Polity Press, Cambridge 1995; trad. it. *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Il Mulino, Bologna 1998; fra i libri recenti è uno di quelli che meglio illustrano questa dinamica di dominio e colonizzazione di poche agenzie medialì in tutto il mondo.

Bruckheimer), a parte poche eccezioni (Lucas, Spielberg), a costituire quel numero molto ristretto di persone, che con le sue scelte determina quello che vedranno miliardi di spettatori in tutto il mondo. Ricordo che nel mondo Occidentale, in Europa, le percentuali di mercato del cinema americano, per esempio, sono del 70% in Italia, del 90% in Germania, Spagna e in Inghilterra, del 60% in Francia, perché la Francia è molto protezionista, difende moltissimo il suo cinema. Tutto questo viene trasferito alle televisioni, ognuna delle quali raggiunge decine di milioni di persone...

Un discorso in parte analogo si può fare in Italia per quanto riguarda quei prodotti culturali che in questo momento hanno un fortissimo impatto e sono quelli che non solo raggiungono ascolti altissimi, ma anche in qualche misura veramente fanno "opinione" a livello profondo, cioè fanno costume: le fiction televisive. Le persone che veramente incidono sui contenuti delle *fiction* televisive in Italia saranno un paio di centinaia, non molti di più, piuttosto forse di meno. Però sono prodotti che sono visti da sei, sette, otto, fino a tredici o quattordici milioni di persone e, volenti o nolenti, per questi spettatori tali prodotti sono insieme la fotografia del loro Paese e una proposta di modelli di vita. Dico poche persone, duecento o giù di lì, non perché penso a chissà quali congreghe o chissà quali condizionamenti occulti, ma perché semplicemente tendiamo a non renderci conto del fatto che da un punto di vista di scelta su quelli che sono gli orientamenti, i contenuti, ecc., svolgono questo lavoro pochissime persone, perché sono sufficienti loro; poi tutto il resto del lavoro è senz'altro importante per la qualità artistica e per i risultati qualitativi, ma da un punto di vista dei contenuti è sostanzialmente esecutivo, realizzativo, di messa in atto e di perfezionamento. Chi incide veramente sono i produttori, gli scrittori e i dirigenti televisivi, che sono, di fatto, un numero assai limitato di persone.

## *2. Le élites mediali e le loro scelte culturali*

La caratteristica di queste persone è che non solo sono

sostanzialmente molto poche, ma anche che in quasi tutti i Paesi del mondo hanno una cultura molto particolare, molto diversa dalla cultura della grande maggioranza delle persone a cui poi si rivolgono. Uno dei libri più interessanti sul mondo di Hollywood è stato scritto nel 1993 da Michael Medved<sup>5</sup>, un critico cinematografico ebreo praticante, profondamente credente, molto radicato nella sua fede religiosa. Il suo libro è stato molto letto dalle persone di quell'ambiente, perché mostrava fra l'altro come i produttori cinematografici, continuando ad attaccare la famiglia, la religione, ecc., si davano la zappa sui piedi; in altre parole mostrava con dati inoppugnabili come, quanto più i film erano anti-religiosi, contro la famiglia, contro i valori secondo cui viveva la maggior parte delle persone, tanto più tendevano a non avere spettatori, e quindi incassi. Medved diceva per esempio, che proprio in un periodo in cui vari settori del cristianesimo e dell'ebraismo conquistavano influenza e adesioni, e la stampa cominciava a scrivere di revival religioso, Hollywood aveva completamente ignorato la religione o l'aveva attaccata con una ferocia mai vista<sup>6</sup>. E, poco più avanti racconta un episodio a suo modo divertente, che però fa riflettere. Per anni si è divertito a fare una sorta di personale inchiesta coi dirigenti cinematografici che frequentava, chiedendo loro quanto pensavano che fosse la media degli americani che frequentano una chiesa (cristiana o il servizio religioso ebraico o musulmano) tutte le settimane. Le risposte ottenute non hanno mai superato il 20%, e la risposta più normale era il 5% o meno. Quando invece citava all'interlocutore il fatto che tutte le inchieste erano concordi intorno a una percentuale del 40%, la risposta non era tanto di imbarazzo quanto di incredulità. Come è possibile, dicevano, che la percentuale sia così alta, se io non conosco nessuno che vada in chiesa?

---

<sup>5</sup> Michael Medved, *Hollywood vs. America*, Harper Collins, New York 1993.

<sup>6</sup> Le cose, rispetto ai primi anni '90 –momento in cui scrive Medved- sono in parte cambiate. Oggi occorrerebbe piuttosto distinguere fra un cinema per il grande pubblico, che si è riavvicinato ai valori del Paese (*Forrest Gump*, *L'uomo che sussurrava ai cavalli*, *The Family Man*, *Il matrimonio del mio migliore amico*, *Se scappi ti sposo*, ecc.) e fa grandi incassi, e un cinema prodotto dell'élite culturale, che incassa molto in Europa, ma non altrettanto negli Stati Uniti (*American Beauty* è un esempio paradigmatico) e che porta avanti la dissoluzione di questi valori. Questo significa che la distinzione importante da fare, oggi, in ottica pastorale, non è più fra cinema "banale" e cinema "di riflessione", ma è fra i valori di cui le opere cinematografiche si fanno portatrici. Spesso è proprio il cinema più popolare quello più sano e più vicino a una visione cristiana della vita. Cfr su questi temi Armando Fumagalli, *Cinema dei valori fra esigenze etiche e dinamiche del mercato*, in Atti del Convegno *Arte, vita e rappresentazione cinematografica. Senso estetico, esigenze spirituali e istanze culturali*, Ente dello Spettacolo Editore, Roma 1999, pp.99-112; rist. con lievi modifiche e aggiornamenti in «Vita e pensiero», 1999, n.6, pp. 591-610.

Medved ricorda un produttore in particolare che assolutamente rifiutava l'idea che quasi la metà degli americani partecipi a un servizio religioso alla settimana; "Se tutta quella gente va in chiesa -sbottava- come è possibile che io non ne conosca nemmeno uno?" Dobbiamo tener presente che degli Stati Uniti noi abbiamo forse la percezione di un paese molto irreligioso (che deriva da quello che ci dice la stampa e il cinema); in realtà la percentuale di frequenza religiosa è il doppio che in Italia; in Italia siamo circa, dipende dalle regioni, intorno al 20%, forse il 25% di persone (recenti inchieste forniscono dati oscillanti intorno a queste percentuali) che vanno a Messa tutte le domeniche. Negli Stati Uniti le percentuali vanno dal 40% in su.

Un sociologo americano, Stanley Rothman, ha svolto due ampie indagini –una nei primi anni '80 e una nel 1995- sulla cultura delle élites del suo Paese, miranti a mostrare quali sono i valori, le caratteristiche dei gruppi che guidano la nazione<sup>7</sup>. Queste élites sono divise in categorie: alti funzionari pubblici, dirigenti d'azienda, giudici, avvocati, leaders religiosi e le categorie che a noi interessano in questo momento: le persone che lavorano nei media (dirigenti di giornali) e le persone che lavorano nella televisione e nel cinema a livello decisionale (scrittori, produttori, registi dei maggiori film e delle più importanti serie televisive)<sup>8</sup>.

Nella tav. 1 è illustrata la composizione razziale. Si nota per esempio che nella televisione e nel cinema non ci sono neri, praticamente. I neri sono circa il 18% della popolazione americana, qui nell'80 erano soltanto l'1%, adesso sono il 2%. Già solo per questo aspetto possiamo notare una composizione molto diversa rispetto a quella che è la media del paese.

Nella tav. 2 vediamo che si conferma questa disuguaglianza sulla frequenza alle funzioni religiose; la frequenza settimanale a una funzione religiosa, come dicevamo, negli Stati Uniti nella media va dal 40 al 45% o giù di lì; gli americani che dichiarano di non avere nessuna fede, nessuna religione sono il 4% circa. Invece fra coloro che lavorano nella televisione e

---

<sup>7</sup> Entrambe le ricerche sono raccolte nel volume di Robert Lerner –Althea Nagai – Stanley Rothman, *American Elites*, Yale University Press, New Haven 1996.

nel cinema era nell'80 il 4 % che andava a una funzione religiosa tutte le settimane, nel '95 circa il 9%. E il 53% quindici anni fa, mentre il 43% oggi, dicono di non avere nessuna frequentazione religiosa. Percentuale che, per chi lavora nei giornali era grosso modo del 50%, ma è calata al 40 %. Come si vede, in questi 15 anni c'è stato un interessante miglioramento, per esempio fra gli uomini di spettacolo sono passati dal 2 al 13% quelli che vanno a una funzione religiosa almeno una o due volte al mese. Questo conferma sia alcune impressioni su quello che ultimamente produce Hollywood, sia notizie che arrivano direttamente da lì, riguardanti l'impegno molto specifico di diverse organizzazioni religiose, tanto di cattolici, quanto di protestanti e di ebrei, per incidere su questo mondo che è così importante.

Quanto alle scelte elettorali (tav.3), è curioso notare chi ha votato democratico e chi ha votato repubblicano (GOP: Grand Old Party) alle elezioni presidenziali del '72, '76, '88, '92. Per esempio, è interessante notare come i giornalisti siano –o almeno erano fino al 1995- polarizzati tutti verso il partito democratico.

Ultima annotazione (tav.4), a mio parere anch'essa impressionante: hanno fatto alcune domande su alcuni temi caldi; per esempio chi è favorevole al diritto di scelta per l'aborto (in America chi è favorevole all'aborto si dichiara *pro choice*, a favore della scelta). Non so quale è la percentuale di americani che sono contrari all'aborto, immagino che siano forse un terzo o più della popolazione. Fra chi si occupa di televisione e cinema il 97% sono favorevoli all'aborto nell'80, il 96% nel '95. Chi lavora nei media, 90% nell'80, 97% addirittura nel '95. Sulla percezione dell'adulterio le cose sono un pochino cambiate, e in modo interessante. Circa l'accettazione dell'omosessualità la comparazione dei due dati è un po' viziata dal fatto che le domande erano diverse; cioè la domanda fatta nel '95 era molto più impegnativa; per questo alcuni dati addirittura calano: dire di sì nel '95 era una risposta molto più favorevole all'omosessualità che non rispondere sì alla domanda fatta nell'80.

---

<sup>8</sup> I risultati di queste ricerche sono sintetizzati in Stanley Rothman – Amy Black, *Elites revisited: american social and political leadership in the 1990s*, in *International Journal of Public Opinion Research*, 1999, n.2, pp.169-195.

Come si può notare sono dati che fanno una certa impressione. Anche se fossero leggermente sovrastimati (cosa che peraltro non è facile) confermano la grande distonia che chi frequenta questi ambienti senza appartenervi in pieno avverte immediatamente fra chi lavora in settori così delicati e così importanti per la formazione dell'opinione pubblica e il resto della popolazione. Pare che a Los Angeles si dica: "California is not America, Los Angeles is not California, Hollywood is not Los Angeles": è l'espressione di questa netta differenza culturale. Il problema è che da Hollywood le storie, i personaggi, i valori arrivano poi in tutto il mondo; e quello che noi "percepriamo" non solo dell'America, ma di tutto il mondo, viene costruito o mediato da lì.

Questo ridotto numero di persone arriva profondamente alle coscienze di tutto il mondo, con un impatto sociale e culturale che è fortissimo, soprattutto quando si fa finta di voler parlare d'altro. Da una parte si dà a intendere di rappresentare le cose così come sono, ma il risultato è che la gente ha una rappresentazione della società molto più scristianizzata di quello che non sia realmente; ma soprattutto vengono propagandate delle vere e proprie menzogne antropologiche: si propongono ideali, modelli di vita, valori che sono falsi e quindi distruttivi.

Per es. ci sono serie televisive in cui è molto diffuso rappresentare personaggi che sono allegri, amichevoli, positivi in tutto, però nello stesso tempo sono radicalmente egoisti in materia di sessualità, sono radicalmente edonisti. Si creano così dei tipi antropologici che in realtà non esistono, perché se uno è edonista in ambito sessuale sarà edonista anche nell'amicizia, sarà anche una persona instabile dal punto di vista caratteriale, sarà una persona debole, meno pronto a sacrificarsi per gli altri.

Invece è frequentissimo che vengano create queste tipologie antropologicamente false (*Friends*, serie televisiva di grande successo fra i giovani di fascia socioculturale medioalta di tutto il mondo, ne è un esempio paradigmatico), che però si ripetono da prodotto culturale a prodotto culturale. E le persone che lavorano in questi ambiti tendono a non uscire da questi circoli "ideologici" chiusi. Abbiamo quindi tipologie umane che sono

tipicamente e specificamente solo televisive o cinematografiche, ma spesso convincono le persone reali che quella che essi falsamente e contraddittoriamente incarnano sia una strada praticabile.

Tutte le volte che ho occasione di parlare con i giornalisti li prendo – spero amabilmente- un po' in giro, perché -loro sanno che è la verità- i giornalisti parlano solo con i giornalisti, vivono con i giornalisti, discutono con i giornalisti... Quelle che dovrebbero essere le persone che raccontano il mondo e raccontano le cose come stanno, in realtà sono forse una delle categorie sociali in assoluto più chiuse al proprio interno. Questo spiega una serie di distonie fortissime: i giornalisti non si accorgono dei fenomeni che crescono fino a che non esplodono in modo assolutamente evidente e visibile a tutti (allora non possono fare a meno di accorgersene e di parlarne); ma finché crescono, anche se magari crescono potentemente, capita assai spesso che i giornali –cioè i giornalisti- non se ne accorgano e non ne parlino. In modo analogo, gli artisti stanno con gli artisti, gli uomini di televisione stanno con gli uomini di televisione; quelli che lavorano a Hollywood –così come le comunità che lavorano nella televisione o nel cinema nei vari Paesi europei, che sono culturalmente ancora più polarizzate di quella di Hollywood- spesso non escono da lì, e per questo hanno una percezione del mondo molto filtrata dalla loro stessa comunità professionale e dai suoi prodotti.

### *3. Alcune fra le più evidenti discrepanze fra i media e la società*

Vediamone telegraficamente alcune fra le più macroscopiche distonie fra media e società.

a) La religione. Le cose stanno fortunatamente un po' cambiando negli ultimi anni; il cinema americano dal 1994 ad oggi (la svolta si è avuta a mio parere con *Forrest Gump*) è tornato, specialmente con i prodotti per il più vasto pubblico (oltre ad alcuni già citati in una nota, si va da *Independence Day* a *Salvate il soldato Ryan*, da *Deep Impact* a *Pearl Harbor*, da *Braveheart* a *Il patriota...*), a considerare la dimensione religiosa,

concretizzata nel cristianesimo, come componente essenziale della vita e della stessa dignità della persona. Rimangono, naturalmente, alti e bassi. Dall'Europa stanno invece arrivando una serie di film velenosamente anticattolici o anti-religiosi: *Elizabeth*, *La regina Margot*, a suo modo *Chocolat* e vari altri. Come accennavamo precedentemente, quando si fa la battaglia per il "cinema europeo" difendendo la "nostra cultura" contro la "invasione americana" occorre saper distinguere. Spesso la "invasione americana" soprattutto nei prodotti per il più vasto pubblico, negli ultimi anni propone opere che sono fortemente radicate nelle nostre radici cristiane. Mentre la "specificità europea" propone film innestati sul radicalismo post-illuminista, magari più raffinati e intellettuali, ma molto peggiori dal punto di vista dei valori (basti pensare, per es., a *L'albero di Antonia*, *Festen*, *The full monty*, *Mrs. Dalloway* e molti altri). I problemi culturali che evidenziavamo prima sulle elite hollywoodiane, per quanto riguarda il cinema europeo sono non solo analoghi, ma moltiplicati. Il problema non è, come tendono a dire molti che si occupano di cinema, Europa vs. America, ma valori cristiani vs. radicalismo illuminista, e da questo punto di vista la divisione non è continentale, ma è interna ad ogni Paese.

In ambito televisivo in Italia c'è stata l'irruzione della serie sulla Bibbia prodotta dalla Lux vide, che di fatto ha avuto un ruolo di detonatore e ha aperto la strada, nella seconda metà degli anni '90 anche ad altri prodotti televisivi con un tema esplicitamente religioso (per es. le miniserie su Don Milani e su Padre Pio, le fiction su Fatima e Lourdes, la serie televisiva *Don Matteo*, ecc.), tutti prodotti che hanno avuto grandissimo successo e per lo più di notevole qualità. Sono stati prodotti importantissimi, che hanno mostrato in modo del tutto evidente che l'equazione fra sesso/violenza/trasgressione e successo di pubblico (equazione a cui molti purtroppo ancora credono, non si sa bene perché), se già non funziona al cinema<sup>9</sup>, funziona ancora meno in televisione. Queste fiction sono stati i più grandi successi di pubblico degli ultimi anni, pareggiati solo da alcuni prodotti, anch'essi per famiglie, come *Il maresciallo Rocca*.

---

<sup>9</sup> Basta pensare ai numerosi flop al botteghino di film propagandati come scandalosi, da *Guardami* a *Dobermann* fino a molti film di Brass. L'unica eccezione rilevante degli ultimi tempi è *Eyes Wide Shut* di Kubrick, che ha incassato molto in Europa, poco negli Stati Uniti.

Le fiction a contenuto religioso possono essere fatti più o meno bene – alcuni di essi sono pregevoli, nel contesto di una comunicazione popolare-, ma hanno avuto per lo meno la funzione di sfondare un certo silenzio, l'idea che di certe cose non si potesse parlare; cioè, fino a sette, otto anni fa, sembrava *nella televisione* che tutti gli italiani fossero atei o quasi; in realtà, non ci sarà moltissima gente che va tutte le settimane alla Messa, che si confessa, ecc., ma le ricerche sociologiche –per es. una di pochi anni fa curata, fra gli altri, da Giancarlo Rovati- dicono che il 90% degli italiani si dichiara credente, magari genericamente, ma credente; gli atei dichiarati sono il 7%. Però in televisione sembrava che questo 90% non esistesse.

In Italia, fra l'altro, abbiamo la fortuna di avere il Papa, che non ha fatto e non fa lo schizzinoso -probabilmente anche perché si rende conto di queste dinamiche- e non perde occasioni per poter intervenire, per poter far sentire la sua voce, anche qualche volta rischiando nuove formule e nuove modalità di comunicazione (vedi il cd, peraltro bellissimo, con alcune preghiere musicate). Questo in Italia ha portato per lo meno, pur con alcune distorsioni che nei media sono inevitabili, a rendersi conto che si può parlare di Dio, che anche la dimensione della fede è personalmente e socialmente importante, e che solleva interesse anche nell'ambito dei media, proprio perché è umanamente relevantissima.

b) Per quanto riguarda il matrimonio e la famiglia, abbiamo una rappresentazione della società molto spostata verso la irregolarità matrimoniale. Nelle fiction televisive, che in teoria vogliono rappresentare tutta la società, lo stile di vita familiare dei cristiani sembra che sia assolutamente di un altro pianeta. In un articolo pubblicato in giugno '99 su *Avvenire*<sup>10</sup>, facevo notare come anche la famosa serie -un prodotto di grandissimo successo, che è andato in onda per due anni la domenica sera- *Un medico in famiglia*, era innervato di una sorta di totalitarismo etico. Sembrava cioè che quest'etica edonista, per cui per esempio *bisogna* avere rapporti sessuali prematrimoniali (se non li si ha non si è *normali*), perché ormai fanno tutti così, era data come assolutamente scontata. Si badi bene che non si trattava del *Grande fratello*, ma di un prodotto considerato per

famiglie, molto visto dai bambini, che ha avuto anche i premi come miglior prodotto educativo, ecc.

D'altra parte queste fiction hanno una forte tendenza a rappresentare molto poco le famiglie con persone sposate, e a rappresentare invece situazioni familiari irregolari. Prodotto di massimo successo del '99 è stata una fiction di sei puntate, *Commesse*, che ha avuto punte di 13 milioni di spettatori (ben più delle partite di calcio, quasi il doppio del TG1 della sera, che ha normalmente circa 7 milioni di spettatori) in cui, dei sei personaggi principali, cinque donne e un uomo, fra i 20 e i 50 anni, sposata era soltanto una e tutte le altre erano conviventi o divorziate, e l'uomo era, "naturalmente", un omosessuale, ecc. Questa serie televisiva è stata lodata come la fiction più realistica degli ultimi anni, "perché finalmente si avvicina allo stile di vita della gente comune..."

Pochi mesi dopo è andata in onda una fiction in due puntate, *Madri*, storia di quattro madri che stanno per avere dei bambini; di queste quattro, una sola era sposata, delle altre tre una era convivente, le ultime due aspettavano un bambino dal fidanzato. Si potrebbe chiedersi quante sono in Italia oggi le nascite extraconiugali: non credo che superino il 5%. In questa fiction erano il 75%.

Dicendo questo non si vuole pretendere che in tutte le storie venga rispecchiata la composizione socio-economica-familiare del Paese: mettendo però queste fiction una dopo l'altra (perché naturalmente gli esempi potrebbero continuare all'infinito o quasi), si vede come l'insieme del flusso narrativo mediale operi uno spostamento fortissimo rispetto alla realtà, facendosi diffusore di stili di vita totalmente alternativi rispetto a quanto fino a oggi presente nella società.

I motivi sono che da una parte chi scrive per la televisione fa parte di una sotto-cultura molto particolare, cultura di media o alta borghesia ex-illuministica. oramai più o meno radicale, che non pensa neanche lontanamente, non per cattiveria, ma semplicemente perché è cresciuta lontano da questo tipo di realtà, alla famiglia come la intende un cristiano o una persona umanamente retta. Queste persone non hanno idea di quello

---

<sup>10</sup> Armando Fumagalli, *Trucchi e pregiudizi delle fiction televisive*, in *Avvenire*, 23 giugno 1999.

che è una famiglia normale, un marito e una moglie che si amano, il problema dell'educazione dei figli, anche perché di fatto pochissimi di loro sono sposati, quasi nessuno ha figli. Dall'altra, c'è un problema drammaturgico: è molto più facile e interessante rappresentare coppie che si fanno e si disfano che non la stabilità; per rappresentare in modo interessante la "normalità" e la stabilità ci vuole una profondità e una finezza di racconto che ben pochi sceneggiatori hanno. Non è un caso che nei prodotti più bassamente "industriali" della fiction televisiva, le *soap* (le serie potenzialmente infinite che vanno in onda a metà giornata come *Beautiful, Vivere, Centovetrine*, ecc.) si ricorre continuamente a questi espedienti drammatici per tenere l'attenzione dello spettatore: divorzi, tradimenti e nuovi matrimoni per poter arrivare presto a nuove separazioni.

c) Omosessualità. Ce ne siamo occupati nel libro scritto con Bettetini<sup>11</sup> perché negli ultimi cinque o sei anni c'è stata una vera e propria inondazione di figure di omosessuali nel cinema e, di riflesso, nella televisione (la televisione segue a ruota il cinema, dopo due-cinque anni). Naturalmente le coppie omosessuali vengono presentate come stabili e affettuose, in confronto a quelle eterosessuali che sarebbero invece banali, egoiste, ecc. L'elenco dei film che vanno in questa direzione non è, purtroppo, breve. Si va da *Quattro matrimoni e un funerale*, a *Philadelphia*, a *In & Out...*

Si noti che spesso i film più fortemente e in modo più convincente impostati su questa ideologia dell'omosessualità sono spesso film molto "carini", simpatici, senza grosse volgarità né scene di sesso, per cui sono considerati come film "per tutti" e assolvono perfettamente il loro compito di diffusori di massa di questa ideologia. Sono fra l'altro film che vengono purtroppo proiettati anche in non pochi cineforum parrocchiali, così come in altri ambienti in cui bisognerebbe avere un po' di capacità critica. Sono storie impostate secondo il cliché dell'omosessuale come persona buona e sensibile, che è incompresa ed è vittima, perché non si accetta la sua legittima scelta sessuale: tutto il male, la sofferenza, deriverebbe solo dalla non accettazione sociale. Invece la letteratura psicologica e psichiatrica dice che la condizione omosessuale è una condizione difficilissima, di grande

sofferenza, di grande instabilità, di profondo narcisismo, e quindi ha al suo interno tutta una serie di dinamiche autodistruttive, che questi film cancellano completamente<sup>12</sup>. Del resto la legge morale non è una imposizione arbitraria di Dio sull'uomo, ma è espressione della sua natura e delle sue più profonde aspirazioni: non sorprende che i disordini morali abbiano gravi conseguenze anche a livello della stabilità psicologica e della stessa "realizzazione" umana. Nei film, invece, il personaggio omosessuale è felice nel momento in cui viene riconosciuto, viene accettato dagli altri: a questo punto sembra finalmente tutto risolto, cosa che è invece esattamente contraria a quello che avviene nella realtà.

Tutti questi esempi e le considerazioni svolte sopra erano anche per dire che il problema dei mezzi di comunicazione di massa, contrariamente a quanto a volte si pensa, non consiste –torniamo a sottolinearlo- nel fatto che, dato che per far soldi bisogna metterci violenza, sesso, edonismo, ecc., ci troviamo con questo panorama. Si tratta di un'interpretazione profondamente sbagliata. I mezzi di comunicazione sono così perché *di fatto in questo momento* chi lavora in questo ambito professionale ha un tipo di cultura e di sensibilità molto particolare.

In un recente intervento sulla rivista *Vita e pensiero*<sup>13</sup>, ho cercato di dimostrare, dati alla mano, la tesi, condivisa da Medved, che appare inoppugnabile: quando si fanno dei film con valori veri, la risposta tanto del pubblico quanto del botteghino è estremamente positiva. Quando abbiamo scritto *Quel che resta dei media* siamo andati a verificare le tabelle degli incassi dei primi cento film in assoluto di tutto il mondo e abbiamo trovato che di questi cento circa novantacinque erano film senz'altro positivi sul piano dei valori. Non saranno stati particolarmente approfonditi, non saranno stati dei capolavori intellettuali, ma erano film che, grosso modo, dal punto di vista della distinzione fra bene e male e della adeguatezza a un

---

<sup>11</sup> Bettetini – Fumagalli, *Quel che resta...*, cit., pp.190-199.

<sup>12</sup> Cfr per es. Giuseppe Dalla Torre et al., *Antropologia cristiana e omosessualità*, Libreria Editrice Vaticana, Roma 1997; Gerard Van der Aardweg, *Homosexuality and Hope (A psychologist talks about treatment and change)*, Srevant Books, Ann Arbor (Michigan) 1985; trad. it. aggiornata, *Omosessualità e speranza. Terapia e guarigione nell'esperienza di uno psicologo*, Ares, Milano 1995; Antonio Alberto Semi (a cura di), *Trattato di psicoanalisi, Vol. II. Clinica*, Cortina, Milano 1989, pp.255-283; Ivan Fucek, *L'ideologizzazione dell'omosessualità nel contesto dell'odierna discussione teologica*, in *Medicina e morale*, 1996, n.3, pp.483-514.

<sup>13</sup> Armando Fumagalli, *Cinema dei valori...*, cit.

pubblico familiare o comunque generale, si potevano sottoscrivere quasi interamente. La classifica dei film che hanno incassato di più nella storia, soprattutto se si fa una rivalutazione monetaria degli incassi al valore attuale, vede ai primissimi posti *Via col vento*, *Tutti insieme appassionatamente*, *I Dieci Comandamenti*, ecc. ; ci sono poi *Titanic*, *Guerre stellari*, *Ben Hur*, *Lo squalo*, *E.T....*

Questi sono i film che hanno incassato moltissimo. Purtroppo quindi ci troviamo in questa situazione di abbondanza di situazioni e storie ambigue, immorali o morbose non per motivi di mercato, ma per motivi storici, dipendenti cioè dalle libere scelte, dai gusti, dalle predisposizioni di produttori, sceneggiatori, registi. Non è vero che in televisione si sia obbligati a fare programmi moralmente disastrosi o che si sia condannati a dipendere –per fare prodotti accettabili- dalle sovvenzioni statali. I dati sulle fiction televisive di tipo religioso o comunque fortemente radicate nei valori cristiani sono un'ulteriore conferma di quanto detto.

Qual è il motivo storico, allora? Difficile dirlo. Sarebbe interessante uno studio ad hoc. Senz'altro però una delle conseguenze di tutto questo è che ci vuole da parte dei cristiani una maggiore attenzione pastorale a questi settori, a queste persone, perché è vero che bisogna occuparsi di tutti, ma ci sono ambienti che hanno un'incidenza fortissima su quello che poi pensano gli adolescenti, i giovani, e alla fine tutti. Per cui prestare un'attenzione pastorale privilegiata a questi ambienti diventa un servizio fatto a tutta la società, a tutto il popolo cristiano.

#### *4. La rievangelizzazione della cultura*

Come ben noto, la Cei ha lanciato alcuni anni fa il "progetto culturale", che, a prescindere dalle sue declinazioni concrete che sono e saranno di vario tipo, è comunque una sottolineatura dell'idea che, come settore privilegiato di evangelizzazione, c'è proprio il mondo della cultura. La

biografia di Giovanni Paolo II pubblicata recentemente da George Weigel<sup>14</sup> è a questo proposito estremamente interessante.

Una delle tesi forti di Weigel è che fin dall'inizio, fin da quando il Papa era sacerdote, forse anche da prima, ha avuto chiarissima la nozione del fatto che non è l'economia, non è la contrattazione sul potere, ma è la cultura che muove il mondo. Giovanni Paolo II ha inaugurato già nei suoi anni giovanili uno stile diverso –rispetto a quello dominante- nel suo modo di essere sacerdote, di essere vescovo, perché non si metteva a contrattare con i potenti, ma cercava di formare persone profondamente libere, coraggiose, che avessero un radicamento nella fede e nella verità tale che permettesse loro di muoversi con grande indipendenza, anche in situazioni così difficili come la Polonia comunista. Weigel racconta che, quando si trattò di scegliere il nuovo arcivescovo di Cracovia, i comunisti bocciarono sei o sette candidature e dissero che a loro invece andava bene Wojtyla. Pensavano che siccome Wojtyla era un intellettuale, era uno che stava sulle nuvole, e di conseguenza non avrebbe dato fastidio. I vescovi polacchi e il Papa di allora accettarono questa richiesta: come si vede lo Spirito Santo si serve dei mezzi più impensabili... Naturalmente i comunisti dovettero ben presto rendersi conto che si erano presi una bella gatta da pelare, perché Wojtyla era sì un intellettuale, ma un intellettuale che sulle cose importanti non cedeva di un millimetro, anzi, agiva di sua iniziativa e li metteva di fronte al fatto compiuto... Non gli interessava andare a discutere punto per punto con i capi di Partito: quello che doveva fare lo faceva, e soprattutto insegnava alle persone a comportarsi secondo la verità.

Sono molto interessanti le pagine che Weigel dedica al cosiddetto *Srodowisko*, cioè a quell'ambiente di persone che si erano formate a Cracovia intorno al primo Cappellano di università, poi professore di etica a Lublino, poi vescovo ausiliare e infine arcivescovo Wojtyla. Erano una serie di persone che non formavano un gruppo né un'associazione, non formavano niente. Il primo nome che avevano era quello di *rodzinca*, cioè una famigliola; erano persone che ricevevano una formazione spirituale più

---

<sup>14</sup> George Weigel, *Witness to Hope*, 1999; trad.it. *Testimone della speranza. La vita di Giovanni Paolo II, protagonista del secolo*, Mondadori, Milano 1999.

profonda, che si conoscevano, stabilivano delle relazioni anche di amicizia, e che però erano accomunate da questo desiderio di vivere la fede sino in fondo, e anche dall'aiutarsi l'un l'altro in questo impegno. E' stato un lavoro di grandissima fecondità, che fra l'altro è servito molto al Papa per il suo lavoro pastorale e anche per scrivere *Amore e responsabilità*<sup>15</sup>, attraverso il contatto con le coppie di sposi, con psicologi, con medici, ecc. Ed è stato anche poi una fonte assai importante di quella crescita nella fede, che ha avuto come una delle sue conseguenze la resistenza e infine il rovesciamento della dittatura comunista.

Un impegno privilegiato, quindi, per evangelizzare coloro da cui poi si arriva effettivamente a tutti, con il desiderio di raggiungere tutta la società, di aiutare veramente tutte le persone. Il Beato Josemaría Escrivà, il fondatore dell'Opus Dei, parlava dell'evangelizzazione degli intellettuali, prevenendo l'idea diffusa che fossero persone lontane dalla vita di tutti i giorni e dalla vita dei popoli, usando l'immagine delle cime dei monti che sono piene di neve e che sembra che non abbiano niente a che fare con la campagna: è da quelle cime invece che arriva l'acqua che feconda le valli. Proprio perché si vuol arrivare a tutti, perché abbiamo a cuore le "valli", è molto importante non abbandonare queste persone.

In ambito cattolico nel nostro Paese abbiamo moltissimo la tradizione, per quanto riguarda i media, della formazione del pubblico, della conoscenza dei mezzi<sup>16</sup>; ma a mio parere, quello che è molto importante, più che formare nella conoscenza tecnica o linguistica dei mezzi, è formare il pubblico nelle dimensioni antropologiche. La formazione veramente cristiana oggi è anche, primariamente, formazione antropologica, per comprendere la verità sull'uomo e su Dio. In secondo luogo, è assolutamente fondamentale formare cristianamente coloro che lavorano in questi ambienti, e prestare ad essi un'attenzione pastorale privilegiata. Occorre riuscire a dare veramente una formazione tale, che essi possano dare testimonianza nel proprio ambiente e non nascondersi dietro a una presunta neutralità e impersonalità

---

<sup>15</sup> Karol Wojtyła, *Miłość i odpowiedzialność*, Wydawnictwo «Znak», Kraków 1960; trad. it. *Amore e responsabilità*, Marietti, Genova 1983<sup>4</sup>.

<sup>16</sup> Molto interessante, a questo proposito, il libro intervista con uno dei pionieri di questo impegno educativo: Andrea Fagioli (a cura di), *Nazareno Taddei. Un gesuita avanti*, Edav, Roma 2000

delle leggi di mercato, tentazione cui molti professionisti cristiani purtroppo rischiano di cedere.

E' chiaro che tutto ciò richiede una formazione ben più profonda, dal punto di vista del radicamento della fede, di quella fino a un secolo o solo cinquant'anni fa ricevuta tradizionalmente dai laici nei paesi di "cultura cristiana" come il nostro. E richiede una profonda convinzione che la fede è un dono da far fruttare negli ambienti professionali, non una specie di condizionamento o di marchio di infamia o di inferiorità da nascondere quanto più possibile.

Chi ha un certo tipo di lavoro –ma tutti o quasi, oggi- si muove in una società che lo stimola continuamente dal punto di vista culturale; sarà cultura di bassissimo livello, a volte, ma è cultura, cioè orientamento vitale. La media di fruizione della televisione in Italia è oggi di tre ore e mezzo al giorno per persona. Abbiamo cioè una "stimolazione culturale" profondamente diversa da quello che aveva una qualsiasi persona alla fine dell'800 o ancora alla fine degli anni '60. L'italiano medio ha tre ore e mezzo di modelli di vita che gli vengono proposti e quindi ha bisogno di una formazione molto più forte per poterli filtrare. Come si può fare?

##### *5. La comunicazione interpersonale*

Di fronte a questo panorama sembrerebbe che noi siamo assolutamente in situazione di inferiorità. Siamo di fronte a questa dominanza di modelli anticristiani; che cosa si può fare? Che cosa si può fare per la gente semplice? In tutta Italia i laureati sono circa il 5% della popolazione, quindi la grandissima maggioranza sono persone un po' più semplici, almeno dal punto di vista formale del titolo di studio; poi, ovviamente, ci sono altri livelli di profondità o di semplicità che non riguardano il titolo di studio... Che cosa possiamo fare?

C'è un livello di comunicazione interpersonale che è molto più forte, molto più coinvolgente di quella mediale, perché la relazione che si instaura

è una relazione più piena e molto più forte; le comunicazioni dei media sono più attraenti esteriormente anche perché ci si investe moltissimo dal punto di vista economico; per produrre uno spot pubblicitario di 30 secondi con tutto il suo fascino si può arrivare a spendere uno, due, tre, cinque miliardi; se è uno spot prodotto per andare in tutto il mondo si possono spendere anche dieci o venti miliardi. Quindi a livello superficiale c'è una capacità di attrazione, di coinvolgimento molto forte. Ma d'altra parte, nella relazione interpersonale c'è un altro tipo di coinvolgimento, ed è una relazione percepita come più forte e più vera. Il fatto che si sia potuto difendere la fede (anche se purtroppo poi si è visto che anche quei Paesi che apparentemente erano rimasti solidamente credenti avevano delle grandi lacune, sotto tanti aspetti) anche in regimi totalitari molto pervasivi come i regimi marxisti nell'est europeo dice che si può resistere anche oggi, in una situazione diversa, anche se non si ha a che fare con un'invasione così esplicitamente violenta, ma con una persuasività molto più sottile e pervasiva, e per questo forse ancora più totalitaria.

Nonostante tutto questo, una comunicazione dal vivo rimane probabilmente più forte, senz'altro più vera. Questo significa che se c'è un contatto diretto molto significativo sul piano umano, può cambiare tutto, anche perché con un contatto diretto io vengo riconosciuto, non ho soltanto l'apparenza del riconoscimento, dello scambio<sup>17</sup>. Nella televisione c'è solo l'apparenza del dialogo, una relazione che è sempre assolutamente parziale e virtuale. I conduttori televisivi tendono a dire: "Sto parlando proprio a te, sei tu, caro mio spettatore, l'unico". In realtà ci si può cadere fino a un certo punto: quando invece c'è il riconoscimento, il dialogo vero, il tipo di relazione che si instaura è diverso.

Questo dominio di una comunicazione mediale così forte, così pervasiva e così distorta –ripeto: non per motivi di mercato, non per motivi economici, ma per motivi di tradizione culturale- a mio parere, sottolinea l'importanza di curare molto –ancora più di quanto non si facesse decenni fa- il rapporto personale, il fatto che la fede venga resa visibile proprio nella

---

<sup>17</sup> Sull'importanza del riconoscimento e dei "gruppi significativi", cfr le acute riflessioni di Ugo Borghello, *Liberare l'amore*, Ares, Milano 1997.

vita quotidiana.

Una delle più grandi domande, oggi, per un cristiano comune, che vive in questo paesaggio che abbiamo appena descritto, in cui sembra che vivere la fede non sia più possibile, è proprio questa: ma è *veramente possibile* vivere da cristiani oggi? Probabilmente non è più sufficiente che questa cosa gliela dica soltanto un sacerdote; oggi non è più sufficiente perché, mentre cento o duecento anni fa un sacerdote aveva accanto una società strutturata più fortemente, almeno in alcuni suoi settori, dal punto di vista cristiano, oggi lo è abbastanza di meno e soprattutto si ha la sensazione –per le distorsioni dei media, che ci danno la nostra idea del mondo- che lo sia ancora molto meno di quello che in realtà è.

E allora è ancora più importante di prima far sì che ci sia qualcosa di almeno lontanamente analogo a quello che è stato per il giovane sacerdote Wojtyła lo *Srodowisko*, l' "ambiente" vitale, cioè un intreccio vivo di relazioni con altri cristiani, in cui sia chiaro che vivere la fede, pur nelle difficoltà, pur in situazione forse minoritaria, è possibile; e se si vive così si è anche -per quanto si può su questa terra- felici, sereni<sup>18</sup>.

Questo richiama la capacità di saper comunicare; di far vedere, per ogni singola persona, la necessità della testimonianza, che talvolta è tacita, ma qualche volta avrà bisogno che si parli, ed è comunque sempre importantissima. Nonostante il dominio dei media, è ancora e rimarrà sempre importantissima la comunicazione personale.

Concluderei quindi con queste poche idee.

Da una parte un richiamo all'importanza che ci siano cristiani veri che lavorino nei media; che non ci si limiti a criticare, valutare, magari solo deprecare –cosa peraltro a volte necessaria. Che ci siano invece persone con formazione profondamente cristiana anche fra chi elabora i contenuti dei *media*; persone che creino i grandi racconti, le grandi storie, i personaggi

---

<sup>18</sup> Il ritorno della questione della felicità, della vita riuscita, come domanda di senso alla radice della questione morale, è espresso assai bene in Servais Th. Pinckaers, o.p., *Les sources de la morale chrétienne*, Éditions Universitaires, Fribourg 1985; trad. it. *Le fonti della morale cristiana*, Ares, Milano 1992; Idem, *La morale catholique*, Les Éditions du Cerf/Fides, Paris 1991; trad.it. *La morale cattolica*, Paoline, Milano 1993 ; su questi temi cfr anche Giuseppe Abbà, *Felicità, vita buona e virtù. Saggio di filosofia morale*, Las, Roma 1989; Idem, *Quale impostazione per la filosofia morale? (Ricerche di filosofia morale - 1)*, LAS - Roma 1996; Gabriel Chalmeta, *Ética especial*, Eunsa, Pamplona 1996; trad. it. *Etica applicata*, Le Monnier, Firenze 1997.

amati dal pubblico, che appassionano la gente e fanno “vivere” una aspirazione al bene che è nascosta nel cuore di ognuno di noi.

Secondo punto: valorizzare sempre, per tutto quello che si riesce a fare, l'importanza di una formazione culturale profonda nei cristiani e l'importanza di una evangelizzazione della cultura, cioè degli ambienti e delle persone che fanno cultura e la diffondono. I media non sono veicoli neutrali, sono diffusori a larghissimo raggio di contenuti culturali elaborati da persone che hanno una visione della vita, una loro cultura, una loro ideologia.

Terzo punto: non sottovalutare mai l'importanza del contatto personale profondo e l'importanza dell'esempio che, per ogni cristiano, per tutti i cristiani, persone più semplici, più raffinate, intellettuali, operai – chiunque-, ha la vicinanza di “uno come me”, perché è un esempio sempre straordinariamente forte, e perché si percepisce poi nella vita di un altro cristiano –in modo eminente nella vita di un santo-, la presenza di Dio: la vita di una persona santa mette sempre in qualche modo in crisi perché è una vita che, in modo evidente, non si può spiegare da sola.

Armando Fumagalli  
Docente di Semiotica  
Università Cattolica del S.Cuore  
Largo Gemelli, 1  
20123 MILANO  
[armando.fumagalli@mi.unicatt.it](mailto:armando.fumagalli@mi.unicatt.it)

Pubblicato su "Credere oggi", n. 124 (2001), pp.71-93.