

# **L'impegno dei cristiani nel mondo della comunicazione: riflessioni a partire dagli insegnamenti di San Josemaría**

Articolo pubblicato nel numero 56 di Romana. L'autore, professore dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, riflette sull'importanza dei mezzi di comunicazione nella società attuale.

16/05/2014

*Articolo pubblicato nel numero 56 di Romana. L'autore, professore dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, riflette sull'importanza dei mezzi di comunicazione nella società attuale.*

## **1. Le “tecnologie della parola” e la Buona Notizia**

La storia delle tecnologie della comunicazione è molto più lunga di quello che pensiamo a prima vista: di solito non ce ne accorgiamo, ma anche la scrittura è una prima artificializzazione della comunicazione, cioè in qualche modo già una tecnologia.

Parlare della scrittura come di una prima “tecnologia della comunicazione” credo possa aiutarci

a sgombrare il campo da posizioni estreme nella valutazione dei mezzi di comunicazione odierni, anche i più potenti e i più pervasivi, come il cinema, la radio, la televisione, internet. L'uomo ha a che fare da secoli con tecnologie della comunicazione (si pensi, secoli dopo la scrittura, alla rivoluzione culturale portata dalla stampa a caratteri mobili e alla diffusione di massa del libro e dei giornali) e il problema per noi cristiani è in qualche modo sempre analogo, radicale: anzitutto essere sé stessi, cristiani fino in fondo, anche nell'uso di questi mezzi, come fruitori o come autori. Poi può essere utile anche riflettere e avere consapevolezza su come questi mezzi stanno cambiando o hanno cambiato non solo il nostro modo di vedere il mondo e di ragionare, ma anche la diffusione del pensiero e delle "notizie". Per noi, per i quali la comunicazione della "Buona Notizia" è un impegno fondamentale, capire

da chi e come vengono oggi diffuse le “notizie” è un compito cruciale. Non a caso, in un’Enciclica dedicata al perenne mandato missionario della Chiesa, Giovanni Paolo II scriveva: “Il primo areopago del tempo moderno è il mondo della comunicazione, che sta unificando l’umanità, rendendola – come si suol dire – un ‘villaggio globale’. I mezzi di comunicazione sociale hanno raggiunto una tale importanza da essere per molti il principale strumento informativo e formativo, di guida e di ispirazione per i comportamenti individuali, familiari, sociali.

Questi due aspetti sono un approccio e una preoccupazione sempre presenti negli insegnamenti di San Josemaría Escrivá. Da una parte la presa di coscienza della responsabilità del cristiano di vivere una vita pienamente coerente con il suo Battesimo, senza suddividerla in compartimenti stagni, dall’altra

l'impegno apostolico, di testimonianza e di “catechesi” con ogni mezzo a disposizione: “Il nostro dovere è di dare dottrina sempre, dappertutto e con tutti i mezzi”.

Per questo, a mio parere, San Josemaría Escrivá può illuminare molto il cammino dei cristiani impegnati nel mondo dei mezzi di comunicazione (dimensione che, come vedremo, è in una certa misura compito di tutti) non solo con i suoi insegnamenti specifici su quello che egli chiamava “l’apostolato dell’opinione pubblica”, ma anche con i suoi insegnamenti più generali sulla vocazione cristiana, sulla chiamata alla santità rivolta a ciascuno, sull’importanza di fare apostolato in ogni circostanza e con ogni mezzo e soprattutto, come vedremo, sul senso della filiazione divina che deve impregnare ogni cristiano. Il fatto di essere figli di Dio in Cristo, in qualche modo eredi del

regno e partecipi della Signoria di Cristo sulla creazione, porta il cristiano a sconfiggere ogni senso di inferiorità, a sentirsi a casa propria in ogni contesto umano, anche in quelli apparentemente più difficili o in quelli che oggi sembrano – per motivi diversi, spesso solo di contingenze storiche – più lontani da Cristo.

Nelle riflessioni che seguono non mi occuperò tanto di commentare in dettaglio o sistematizzare i testi di San Josemaría sull’apostolato dell’opinione pubblica – tema che richiederebbe uno studio ben più ampio di questo breve intervento – quanto cercherò invece di collegare alcune riflessioni di fondo sul ruolo dei mezzi di comunicazione di massa (in particolare televisione e cinema) nella società contemporanea, con alcuni temi costanti della predicazione – in concreto l’impostazione della vita morale e

spirituale del cristiano – del Fondatore dell’Opus Dei. Quello che cercheremo di mettere a fuoco, potremmo dire, è l’atteggiamento con cui San Josemaría inquadrava – e chiede di inquadrare – i diversi e molteplici problemi che riguardano i mezzi di comunicazione nella vita del cristiano. Con questo, ovviamente, non pretendiamo di illustrare gli insegnamenti di San Josemaría in questo ambito nella loro completezza, o che il nostro sia l’unico modo di interpretarli.

Ovviamente, come sfondo, ci sono anche i testi del Magistero sui mezzi di comunicazione , ma, di nuovo, anche qui seguiremo più l’impostazione dei problemi, in un certo senso più ecclesiologici e di morale e pastorale generale, piuttosto che aspetti molto specifici sulle comunicazioni sociali.

## **2. L’evoluzione delle tecnologie**

Per avere le giuste proporzioni del problema, ripetiamo che ci può essere utile riflettere sul fatto che anche il libro, anche un manoscritto dell'epoca romana antica, è già una "tecnologia della parola". I cambiamenti che l'introduzione della scrittura hanno portato nell'organizzazione del pensiero e nelle forme della nostra comunicazione sono assai rilevanti: essi sono stati oggetto di suggestivi e approfonditi studi di autori del XX secolo, uno fra tutti il gesuita Walter J. Ong. Secoli di cultura libraria ci hanno reso familiare l'esistenza di questa tecnologia: oggi per tutti è accettabile che si scrivano libri per diffondere un messaggio, che si usino riviste, per esempio, o scritti: nessuno ha mai pensato di rimproverare a San Paolo di avere scritto lettere, come se San Paolo avesse voluto svalutare il rapporto personale (Gesù invece, è bene ricordarlo, non ha scritto niente).

Pochi si sentono in dovere di ricordare, a qualcuno che scrive libri, che “l’essenziale è il rapporto personale”. I libri – a partire dalla Sacra Scrittura stessa – sono stati importantissimi per l’evangelizzazione in tutta la storia della Chiesa, anche se nessuno in ambito cattolico ha mai seriamente proposto di sostituire la Confessione con una lettera, o la partecipazione alla Santa Messa con la lettura di un libro. Eppure libri come quelli di Sant’Agostino, San Tommaso, Santa Teresa, San Giovanni della Croce, Sant’Alfonso Maria de Liguori, Santa Teresina del Bambin Gesù, ecc. hanno fatto un bene immenso alla cristianità.

Per quanto riguarda i mezzi più moderni (radio, televisione, cinema, internet) ci vorrà forse ancora un secolo o due per incorporarli in modo “naturale” nella vita dei cristiani. Oggi forse siamo ancora

nella prima epoca, quella delle perplessità, quella di chi crede forse troppo al potere del mezzo e di chi lo sottovaluta eccessivamente. Il risultato è un'oscillazione fra paura ed esaltazione, fra slancio “salvifico” e scetticismo radicale.

La mia impressione, in altre parole, è che siamo ancora in una fase di difficile assimilazione, di “presa delle misure” dei nuovi mezzi.

Da una parte, alcuni settori del mondo protestante (specialmente in America) usano la televisione in modo continuo, strategico, e – almeno a giudicare dai risultati umani – con una certa efficacia. Il mondo cattolico, dopo l'epoca di persone come Fulton J. Sheen, i cui programmi settimanali radiofonici e televisivi di durata più che decennale avevano un pubblico di 30 milioni di ascoltatori, sembra avere una maggior perplessità, anche perché il

mondo dei cosiddetti televangelist non è stato immune da scandali e/o da risvolti economici spesso poco chiari. Eppure, nell'ambito dell'uso catechetico della televisione (che, anche per i cristiani, è solo una delle funzioni dei media) esistono fenomeni che dovrebbero provocare riflessioni interessanti o maggiore considerazione: il ruolo di radio nate “dal basso” e come minoritarie (per esempio Radio Maria), che sono radio direttamente al servizio dell’evangelizzazione e della catechesi, e che hanno ascolti altissimi. In Italia, per esempio, Radio Maria ha più di un milione e mezzo di ascolti medi al giorno (dati Audiradio), e si colloca quindi fra le prime radio italiane.

Nel cinema c’è stato nel 2004 lo tsunami di The Passion of the Christ, uno dei pochissimi casi, nella storia dell’arte cinematografica, di film di forte contenuto religioso e

catechetico, e di grandissima diffusione di pubblico.

Questi “casi” aiutano a comprendere che forse va meglio assimilata la valutazione del ruolo cruciale che questi mezzi hanno sempre, sia come mezzi di informazione e di intrattenimento “profano” che possono essere utilizzati in modo moralmente buono, sia anche nelle loro più specifiche possibilità di uso catechetico o di annuncio (o di pre-annuncio, come qualcuno specifica) evangelico.

Per quanto riguarda la dimensione della diffusione delle “notizie”, basta pensare alla dimensione numerica e all’accessibilità della televisione.

Nella società di oggi, il primo effetto che ha qualsiasi cosa che venga trasmessa su un canale televisivo importante è la sua diffusissima ed enorme visibilità: se la notizia è internazionale (l’elezione di un Papa,

l'elezione di un presidente americano, un attentato terroristico importante, un grande evento sportivo), miliardi di persone vedono la stessa cosa, nel modo e nei tempi in cui è rappresentata sugli schermi. Se la notizia è di ambito nazionale, gli spettatori sono milioni: in Italia sono circa 20 milioni gli utenti che "vedono" qualcosa o qualcuno in una notizia presente nelle varie edizioni dei telegiornali nazionali. Non è poco. Sempre in Italia, circa 7 milioni di persone seguono ogni sera il programma più visto in tv. Per dare un'immagine che li rappresenti, possiamo dire che corrispondono a circa 100 stadi di calcio (capienti come il "Meazza" di Milano, dove giocano l'Inter e il Milan) pieni. E questi non sono eventi eccezionali: è quello che avviene ogni giorno (su altri canali ci sono 80 o 50 o 30 stadi pieni, ogni sera, a seconda dell'audience che ha il canale), in un

Paese di media grandezza come l'Italia.

Il primo effetto della televisione è sempre questo, banalissimo, e in quanto banale spesso dimenticato: la quantità, che è enorme, tanto da essere difficilmente rappresentabile dall'immaginazione, e l'istantaneità e la contemporaneità di accesso da parte del pubblico.

La dimensione della quantità ha effetti economici e sociali assai rilevanti presso il bacino di utenza: pubblicità di prodotti, consenso su idee e opinioni, visibilità di personaggi, enfasi su problemi percepiti come rilevanti, determinazione delle priorità di “agenda” (il fenomeno che gli studiosi hanno chiamato agenda setting, cioè la determinazione dei problemi che la gente reputa importanti o meno).

La presenza anche solo “fisica” di una persona sugli schermi televisivi può avere effetti notevolissimi: si è appena iniziato a studiare il rapporto fra Giovanni Paolo II e la televisione, ma è indiscutibile che nel 1978 anche la sua fisicità potente, e la sua voce forte e molto ben modulata, abbiano avuto un ruolo importante per far passare, al momento della sua elezione, il messaggio

(corrispondente alla realtà dei fatti, ma oscurato in quegli anni bui) di una Chiesa “giovane”, vibrante, coraggiosa, che chiede di far sentire ancora la sua voce. E lo stile (anche fattuale, fisico, prossemico) di comportamento di Giovanni Paolo II lo ha reso un Papa facilmente notiziabile per la televisione.

Ovviamente questo ha reso un servizio non tanto alla figura dell'uomo Karol Wojtyla, quanto alla sua missione evangelizzatrice. Basti pensare – fra i mille esempi che si potrebbero portare – a come hanno

fatto il giro del mondo le immagini del Papa la prima volta che è sceso nella Basilica di San Pietro un Venerdì Santo per confessare: un impatto sull'opinione pubblica mondiale probabilmente – almeno a breve termine – molto più forte di tanti discorsi o documenti.

Questo potere anche solamente diffusivo della televisione diventa ancora più forte laddove è innestato sulle componenti emozionali che vengono dal fatto che spesso l'audiovisivo è il veicolo (nel cinema e nella fiction televisiva) di una storia ben costruita, confezionata per coinvolgere sia dal punto di vista intellettuale che – ancora di più – dal punto di vista emotivo. San Josemaría affermava in modo molto realistico (e che personalmente condivido pienamente) che i mezzi di comunicazione sono – che lo vogliano o no – educatori: “Sono educatori, svolgono il ruolo, molte

volte nascosto e impersonale, di maestri: a loro si affidano quasi incondizionatamente le intelligenze e perfino le coscienze di milioni di persone”.

### **3. Letteratura, cinema, televisione e la realizzazione della persona**

A volte il cinema o il mondo delle storie finzionali per la televisione rischia di essere percepito da noi cattolici come un territorio “straniero”, in cui sarebbe particolarmente difficile far entrare, se non il messaggio cristiano, almeno uno stile di vita consono con la visione cristiana dell'uomo.

È molto diffuso, non solo nell'opinione comune, ma anche fra gli addetti ai lavori (soprattutto in quelli europei, assai meno in quelli americani che hanno una molto maggiore conoscenza del mercato), pensare che per avere prodotti narrativi (letteratura, cinema, fiction

televisiva) di successo sia necessario andare contro la morale cristiana. Purtroppo anche molti addetti ai lavori spesso si lasciano portare da luoghi comuni non basati su evidenze sperimentali molto più di quanto si potrebbe immaginare. Infatti le cose non stanno così. Ce lo dice già la nostra fede (le richieste di Dio – cioè la legge morale – non possono essere irragionevoli o contrarie alle aspirazioni più profonde dell'uomo), ma ce lo confermano innumerevoli dati empirici, a partire dall'attualità imperitura (e dalle vendite) di autori come Shakespeare, Tolstoj o Dostoevskij fino all'analisi di quali sono i film di maggior successo in tutto il mondo, che sono quasi sempre prodotti di intrattenimento per tutti, e nella quasi totalità dei casi hanno contenuti che sono concordi con una antropologia cristiana.

Questa constatazione ha, a nostro parere, una grande rilevanza. Perché una storia, lungi dall'essere una arbitraria creazione di pura fantasia, è sempre, essenzialmente, una risposta a un grande dilemma morale. Le migliori scuole di elaborazione narrativa sono concordi nell'affermare che una storia è l'esplorazione radicale e profonda di un tema, è l'affermazione di un valore da parte del personaggio principale che – dopo una serie di pressioni sempre più forti – è chiamato a compiere scelte decisive che determinano in modo definitivo anzitutto chi lui è, o meglio chi sceglie di diventare, e di conseguenza forgiano il suo destino . In grandi classici come i film di Frank Capra, per esempio, di solito l'eroe è messo di fronte a scelte sempre più difficili per essere coerente con i suoi principi morali: resiste fino allo stremo delle forze e viene salvato all'ultimo momento,

come premio (spesso inaspettato) della sua fedeltà al bene. Nel film italiano *La vita è bella* (lo citiamo perché ha vinto tre Oscar ed è stato record di incassi nel nostro Paese), l'eroe protegge l'innocenza del figlio fino all'estremo di sacrificare la sua vita, quasi con gioia, nella speranza che il figlio possa salvarsi, come poi avviene. Per fare un altro esempio tra film di enorme e duraturo successo, e molto amati, in *Finding Nemo*, il padre Marlin deve recuperare il figlio Nemo, ma soprattutto imparare a gestire la sua ansia genitoriale, mentre il piccolo Nemo deve imparare a gestire la sua impazienza. Non a caso, nel momento di climax finale del film, i due si salvano insieme, quando si fidano l'uno dell'altro e ricostituiscono un rapporto equilibrato fra loro.

Tutto questo potrebbe essere espresso affermando che ogni storia,

a suo modo, risponde a una domanda – semplice o complessa, ma sempre in qualche modo radicale – sulla felicità e su dove si trova il compimento dell’umano.

In altre parole, ogni buona storia è anche una sorta di esemplificazione della morale: una riflessione morale compiuta non in astratto, ma a partire da un caso concreto. È certamente vero che l’abilità retorica e la confusione sui valori potrebbe far sì che un autore particolarmente bravo ed efficace convinca il suo pubblico su una risposta antropologicamente errata. Ciò rimane possibile, e di fatto, non poche volte, si dà attualmente, soprattutto laddove gli autori lavorano in modo molto forte sul piano emotivo.

Ma anche qui siamo convinti che valga il principio della Retorica aristotelica per cui, di per sé, cioè a

parità di condizioni, la verità è più convincente dell'errore.

Il motivo per cui i film “veri” e di grande successo sono relativamente pochi sta quasi sempre nella scarsa qualità con cui viene confezionata una storia che abbia un messaggio antropologicamente “vero”, e non nel rifiuto del pubblico ad accogliere questa verità.

Sono considerazioni presenti – senza entrare in specifiche tecniche – anche nella Lettera citata di San Josemaría Escrivá. La situazione rispetto al 1946 non sembra cambiata di molto: “La ragione del successo e del quasi assoluto predominio degli strumenti di comunicazione sostenuti dagli anticattolici non consiste solo nel fatto che sono arrivati prima: la verità è che normalmente sono fatti meglio dal punto di vista tecnico. È vero che si può attrarre il pubblico

con sistemi che una persona onesta, un cristiano responsabile, non può utilizzare: in questo, bisogna ammetterlo, i corruttori hanno un lavoro più comodo. Ma è altrettanto vero che se molti cattolici lavorassero in questo ambito, con una conoscenza appropriata delle sue specifiche esigenze, troverebbero il modo di attrarre la gente in modi onesti. Ciò che non si può fare con speranza di successo è mettersi a competere senza aver studiato e vissuto da vicino la psicologia di ogni tipo di pubblico; senza dominare davvero la tecnica di ogni mezzo di comunicazione, senza aver imparato a esprimersi con efficacia – il dono delle lingue! – con il linguaggio peculiare della notizia, del servizio giornalistico, del racconto, dell'immagine, della scena cinematografica, dell'azione teatrale”.

La cosa interessante è che spesso proprio fra i non molti film “buoni”, se sono fatti bene, si trovano i più grandi successi. Per estendere gli esempi che, in maggiore o minor misura, offrono un messaggio positivo, potremmo citare, tra i film recenti, tutti i dodici film della Pixar (da Toy Story in poi), praticamente tutti di enorme successo mondiale, franchise come quella del Signore degli anelli e di Harry Potter, e molti film economicamente più “piccoli” di questi grandi blockbuster americani, ma ricchi di valori morali o anche direttamente spirituali, che nei singoli Paesi o in tutto il mondo hanno avuto grande successo, spesso anche premi importanti, e comunque grande qualità di contenuti.

La presenza di questi film mostra come sia almeno possibile un cinema contenutisticamente buono che non solo sia economicamente sostenibile, ma addirittura economicamente

molto premiante. Fare un cinema moralmente buono e di successo economico non è illudersi di avere dei cerchi quadrati. È una cosa possibile, anche se ovviamente non è facile. Alcuni degli esempi citati in nota hanno richiesto anche dieci e più anni di lavoro, di ricerca, di riscrittura della storia per perfezionarla sempre di più, prima di raggiungere lo schermo. Il problema nasce in coloro che pensano che le cose siano facili e immediate: siccome il primo tentativo di chi si illude che sia tutto facile fallisce sonoramente quasi sempre, eccoli passare velocemente all'altro estremo e pensare che fare buon cinema sia tout court impossibile.

C'è quindi, ed è assai importante, un problema di capacità drammaturgica, di abilità professionale (con una formula, potremmo dire: raccontare bene le

buone storie), che nel campo dell'audiovisivo mette in gioco abilità professionali molteplici e molto complesse, anche se gli ormai non pochi anni passati come consulente di produzioni importanti mi hanno convinto che l'abilità principale, assolutamente decisiva, è quella di scrivere la sceneggiatura e/o quella di valutare le sceneggiature scritte da altri.

Il problema, quindi, non è – a mio parere – prevalentemente il fatto che il pubblico cerchi storie immorali. Il vero problema è che il mondo del cinema e della fiction, per motivi fattuali, contingenti, storici, è un ambito in cui sono ancora oggi assai poco presenti coloro che hanno una visione cristiana della vita. Tanto le ricerche scientifiche di alcuni autori americani quanto l'esperienza vissuta nel mio Paese, e la conoscenza di alcuni Paesi vicini, mostrano come di fatto (non di

diritto!) il cinema e la televisione in molti Paesi sono oggi ambiti in cui l'ideologia dominante è di solito chiusa al trascendente e su alcune questioni antropologiche importanti è spesso lontana dalle posizioni cristiane.

Queste idee invadono i mezzi audiovisivi non già – essenzialmente – perché i produttori vogliono guadagnare di più: spesso i non molti film “buoni” sono, come abbiamo visto, proprio quelli di maggior successo. Queste idee invadono cinema e televisione a motivo dei condizionamenti culturali della cosiddetta media élite, per la falsa idea dell'uomo che hanno coloro che in questo momento storico hanno una posizione dominante nell'industria audiovisiva in molti Paesi.

Di fatto una parte molto ampia dei prodotti cinematografici e televisivi

che arrivano in tutto il mondo sono realizzati da una minoranza culturale laicista, in cui scarseggiano in modo sorprendente i credenti in Dio, e in cui scarseggiano, per esempio, anche le persone sposate stabilmente e con figli . C'è invece un'alta percentuale di persone con vita familiare e affettiva instabile, che si dedicano anima e corpo al loro lavoro, vivendo una declinazione della vita bohémienne che dell'ideale romantico originario ha solo la absolutizzazione del contesto artistico in cui si vive. Per il resto è sottoposta – non sempre, ma molto frequentemente – ai rischi della corruzione che deriva dall'abbondanza di denaro, alla spasmodica tensione data dall'instabilità del successo, che oggi c'è e domani potrebbe finire, dal timore di perdere le posizioni acquisite, dalla minaccia della disperazione e della solitudine che accompagnano sempre chi punta

tutto solo sul lavoro, anche se è il lavoro in teoria più bello e soddisfacente del mondo.

Il tipo di storie che persone come queste realizzano non dipende – in moltissimi casi – da una volontà di guadagnare di più, ma dalle proprie convinzioni ideologiche e artistiche e dal desiderio del riconoscimento da parte dei loro pari e dell'ambiente professionale in cui si muovono: per uno sceneggiatore, un regista, un attore, un Oscar di solito vale di più che un enorme successo al botteghino o un enorme guadagno economico.

Ovviamente nel mondo professionale del cinema e della televisione ci sono anche credenti convinti, ma oggi di fatto non sono molti. È comunque da notare che, in un interessantissimo e recente volume che raccoglie testimonianze di sceneggiatori e produttori di ambiente

hollywoodiano – spesso autori di film o serie televisive molto importanti – accomunati dal desiderio di vivere intensamente la fede cristiana (sono sia cattolici sia protestanti), nessuno pone il problema di qualche incompatibilità fra le proprie credenze e le attese del pubblico, come se fare film “buoni” dovesse condannarli all’insuccesso: piuttosto il problema per loro è non limitarsi al facile, saper affrontare questioni profonde, e anche e soprattutto – in un ambiente iper-competitivo che fa del successo un idolo – saper gestire con equilibrio la propria vita personale per evitare di essere travolti dalle pressioni dell’ambiente professionale, dall’ansia di raggiungere grandi risultati e/o dai ritmi di lavoro.

#### **4. Il dramma dell’esistenza e l’etica della prima persona**

Ma torniamo al rapporto fra costruzione di storie e riflessione morale. Come abbiamo affermato, una storia ben costruita normalmente è una domanda su qual è la “vita buona” per un certo personaggio in una situazione, che quasi sempre è una situazione di pressione esistenziale, sottoposta a un dilemma stringente e anche (spesso, anche se non sempre) intellettualmente sfidante e interessante.

Parlare di “vita buona” non è altro che parlare di morale. Come è noto, la visione della morale come ricerca della “vita buona” è stata di nuovo messa in rilievo negli ultimi decenni anche grazie a un ritorno a un tomismo più genuino; seguono questa linea, che si ricollega alla Patristica, molti documenti recenti del Magistero, come l’Enciclica *Veritatis splendor* (1993) del Beato Giovanni Paolo II, ma anche il

Catechismo della Chiesa Cattolica (1992) e il suo Compendio (2005), e fanno altrettanto molti studiosi contemporanei di morale della cosiddetta “etica delle virtù” o “etica della prima persona”.

Inoltre, molti degli studi attuali di filosofia morale che si riconoscono in questa linea sono tornati a considerare l'importanza, nella formazione morale della persona, delle forme narrative e tornano a considerare una certa unità (non identità, ma una relazione forte) tra filosofia e letteratura, morale e narrazione.

Qui l'insegnamento di San Josemaría offre una visione estremamente interessante, perché egli – senza mai occuparsi di delineare formalmente o accademicamente fondamenti di teologia morale – ha avuto sempre molto chiaro che la vita buona è la risposta dell'uomo alle chiamate che

Dio gli rivolge lungo tutta la sua esistenza. Non c'è, per San Josemaría, felicità, cioè vita buona, cioè realizzazione piena, al di fuori del rapporto con Dio e della risposta amorosa alle sue richieste. San Josemaría insiste in tutta la sua predicazione sul rapporto fra fedeltà a Dio e felicità, fra vita buona e compimento delle aspirazioni più profonde dell'uomo. Fra i molti testi, editi e inediti, che si potrebbero citare, ci limitiamo a due punti successivi dei pensieri per la meditazione raccolti in Forgia:

“Ne sono sempre più persuaso: la felicità del Cielo è per coloro che sanno essere felici sulla terra”.

“Vedo con chiarezza meridiana la formula, il segreto della felicità terrena ed eterna: non soltanto adeguarsi alla Volontà di Dio, ma aderirvi, identificarsi con essa, volere – in una parola –, con un atto

positivo della nostra volontà, la Volontà divina. – Questo – insisto – è il segreto infallibile della gioia e della pace”.

Nella stessa direzione si colloca l'insegnamento del Beato Giovanni Paolo II sui fondamenti della vita morale dell'uomo. In un importante discorso tenuto nel 2000 sul monte Sinai, diceva per esempio:

“I dieci comandamenti non sono l'imposizione arbitraria di un Signore tirannico. Essi sono stati scritti nella pietra, ma innanzitutto furono scritti nel cuore dell'uomo come Legge morale universale, valida in ogni tempo e in ogni luogo. Oggi come sempre, le Dieci Parole della legge forniscono l'unica base autentica per la vita degli individui, delle società e delle nazioni; oggi come sempre, esse sono l'unico futuro della famiglia umana. Salvano l'uomo dalla forza distruttiva

dell'egoismo, dell'odio e della menzogna. Evidenziano tutte le false divinità che lo riducono in schiavitù [...]. Osservare i comandamenti significa essere fedeli a Dio, ma significa anche essere fedeli a noi stessi, alla nostra vera natura e alle nostre più profonde aspirazioni”.

Molti autori hanno voluto sottolineare l'importanza che ha avuto la formazione drammaturgica (i lunghi anni di impegno nel “teatro rapsodico”) di Karol Wojtyla, non tanto e non soltanto per la sua presenza fisica “in scena” e la sua capacità di dialogare con le folle, ma soprattutto per la sua capacità di comprendere il “dramma dell'esistenza” e di coniugare un profondo senso della soggettività, della libertà e della storia dell'uomo con l'aderenza ai principi metafisici e alle dimensioni di oggettività della natura umana e delle leggi morali.

In San Josemaría troviamo, con linguaggi diversi e a partire da un'esperienza esistenziale e pastorale propria, un'analogia valorizzazione della soggettività umana e del “farsi dell'uomo nella storia” (queste ultime potrebbero essere espressioni wojtyiane), visti però principalmente nell'ottica della valorizzazione positiva della libertà e anche, di conseguenza, della valorizzazione dei suoi rischi; e questo, in un'epoca in cui la pedagogia cattolica veniva da una tradizione di imposizioni e di attenzione all'obbedienza esteriore e ai risultati ottenuti. Per esempio, in una omelia raccolta nel volume *È Gesù che passa*, egli afferma: “L'opera di Cristo, il compito che il Padre gli ha affidato, si stanno realizzando, la sua forza passa attraverso la storia portando la vera vita [...]. In questo lavoro che sta realizzando nel mondo, Dio ha voluto che fossimo suoi cooperatori, ha

voluto correre il rischio della nostra libertà [corsivo nell'originale] [...] Dio si affida alla nostra libertà, alla nostra imperfezione, alle nostre miserie”.

E in un'altra omelia, raccolta nel volume Amici di Dio e tutta dedicata alla libertà, egli afferma: “Qual è la verità che inizia e porta a compimento in tutta la nostra vita il cammino della libertà? [...] Sapere che siamo opera delle mani di Dio, che siamo prediletti dalla Santissima Trinità, che siamo figli di un Padre eccelso. Chiedo al Signore che ci aiuti a renderci conto di tutto questo, ad assaporarlo giorno dopo giorno: in questo modo agiremo da persone libere. Non dimenticatelo: chi non sa di essere figlio di Dio non conosce la più intima delle verità che lo riguardano e nel suo comportamento viene a mancare della padronanza e della signorilità che contraddistinguono coloro che

amano il Signore al di sopra di tutte le cose”.

E, poco più avanti: “Da dove viene questa libertà? Da Cristo, Signore nostro. Per questa libertà Egli ci ha redenti [...]. Noi cristiani non dobbiamo chiedere in prestito a nessuno il vero senso di questo dono, perché l'unica libertà che salva l'uomo è la libertà cristiana. Mi piace parlare di avventura della libertà. È così, infatti, che si svolgono la vostra vita e la mia. Liberamente – da figli, ripeto, non da schiavi – percorriamo il sentiero che il Signore ha indicato a ciascuno di noi. Assaporiamo questa scioltezza di movimenti come un dono di Dio”.

Tutto questo, a mio parere, ci porta a due conseguenze importanti. Se le cose stanno così, un “drammaturgo” (romanziere, sceneggiatore, regista) credente non deve aver paura di affrontare

qualsiasi tema e qualsiasi dilemma esistenziale: più andrà a fondo, più riuscirà a essere “vero”, più le sue risposte saranno in sintonia con la fede che professa.

Da questo punto di vista, il senso della filiazione divina predicato da San Josemaría come elemento centrale della spiritualità del cristiano aiuta a spazzare via ogni complesso di inferiorità nei confronti di qualsiasi posizione culturale oggi dominante e ogni illusorio tentativo di voler fondare umanesimi (e quindi risposte alle domande esistenziali radicali dell’essere umano) fuori dal nostro rapporto con Dio. Non ci può essere risposta vera alle domande dell’uomo (e di questo, in fondo, si occupa sia la letteratura sia la drammaturgia cinematografica e televisiva) al di fuori del nostro rapporto con Dio e del riconoscimento del suo disegno sull’uomo.

Sentiamo un altro brano, che ci sembra molto eloquente, della Lettera più volte citata: “Non vi intimorisca dunque la situazione attuale e non pensate che sia senza rimedio. Non vi spaventino le onde ingigantite dalla tempesta, nell’oceano del mondo. Non aspirate a fuggire, perché questo mondo è nostro: è opera di Dio e ce lo ha dato in eredità. [...] Noi, figli di Dio, fratelli di Gesù Cristo, partecipiamo della sua eredità, che è il mondo intero: si autem filii et heredes: heredes quidem Dei, coheredes autem Christi (Rm 8,17); se siamo figli, siamo anche eredi: eredi di Dio, coeredi con Cristo. [...] Il Signore vuole che lo si collochi di nuovo al vertice di tutte le attività umane: soprattutto da noi si aspetta questo servizio, per far sì che siano ancora più abbondanti sulla terra i frutti della Redenzione, che è l’unica e vera libertà per l’uomo. Stiamo lavorando con questa

speranza e con questa responsabilità”.

La seconda conseguenza è che se oggi il cinema e, con modalità diverse, il racconto finzionale televisivo sono una sorta di “laboratorio di avanguardia” di riflessione morale ed esistenziale (personalmente ne sono convinto), è ancora più importante oggi la presenza di cristiani in questi ambiti professionali. Il cinema, di fatto, anche per motivi di appeal sul pubblico, tende a gettarsi sui temi più controversi (semplificando molto, negli anni '90 un tema caldo era il riconoscimento dell'omosessualità; in questo ultimo decennio l'eutanasia) proprio perché gli autori sanno che lavorare su temi controversi e caldi, oppure in qualche modo “anticiparli”, garantisce interesse da parte del pubblico, offre quel senso di “novità” e di “mai sentito” che è una parte

importante del richiamo per gli spettatori.

Lungi quindi dall'essere una presenza accessoria – da incoraggiare una volta che si siano risolti altri problemi più impellenti – o una questione di “cristianizzazione del tempo libero”, per “riempire le ore vuote”, oggi la presenza dei cristiani nel campo della elaborazione delle opere narrative significa essere presenti nel laboratorio dove si forgiano le idee morali che vengono vissute (in qualche caso immediatamente, in altri casi nel giro di pochi anni) da una grandissima parte della società, soprattutto nei Paesi socio-economicamente più evoluti, in cui il consumo di questi mezzi è così alto da poter essere tranquillamente considerato pervasivo.

Essere presenti nella letteratura, nel cinema e nella fiction televisiva

significa quindi essere presenti nella (ri)elaborazione dei paradigmi morali della società.

## 5. Una relazione di intimità

Accennavamo sopra al fatto che uno degli elementi di forte cautela con cui a volte si parla della presenza dei cristiani nei mezzi di comunicazione è che i mass media non sostituiscono – e non devono sostituire – il rapporto personale.

Ciò è assolutamente vero, ma queste giuste cautele non devono far dimenticare non solo, come affermavamo sopra, che i moderni mezzi di comunicazione permettono di arrivare in pochissimo tempo a moltissime persone, ma anche che le forme narrative, quando ben costruite, arrivano profondamente e in modo straordinariamente efficace al cuore dei lettori/spettatori, e non solo alle loro teste. E arrivare al cuore significa incidere su decisioni

anche radicali e atteggiamenti esistenziali determinanti per la persona.

Le stesse cautele andrebbero ripetute, a essere coerenti, anche a chi scrive libri... Anche il libro è un mass medium... Queste cautele andrebbero ripetute anche agli evangelisti, che misero per iscritto le parole di Gesù, e a San Paolo, che non si limitò a predicare e a parlare a tu per tu, ma scrisse delle lettere... E a ogni autore di libri o articoli di giornale.

La paura che i media come cinema e tv sostituiscano il rapporto personale è forse, a nostro parere, eccessiva, anche se si comprendono le ragioni di chi esprime queste preoccupazioni, a causa dell'uso a volte disordinato e dispersivo che viene fatto di questi mezzi. È però importante ricordare che la percezione del lettore/spettatore è

proprio quella di un rapporto personale a cui egli si dà in modo quasi sempre totalmente indifeso, proprio perché – anche con tecniche sapienti che vengono insegnate, e quindi poi utilizzate – le porte del suo cuore vengono aperte grazie alla capacità di muovere le sue emozioni. Quando sono immerso in una lettura emozionante, io ho la percezione che l'autore del romanzo sta parlando a me. Quel film che mi ha profondamente colpito mi ha reso amico, vicino, fratello del personaggio principale, costruendo un fortissimo legame di empatia con quel personaggio, che io vivo come una persona reale, e che ora amo profondamente e di cui arrivo molto spesso a condividere le scelte esistenziali.

In altre parole, questi mezzi sono di massa nei numeri che raggiungono ma sono fortemente personalizzanti nella percezione (si dirà che è

illusoria, ma è un effetto realissimo) di intimità e “personalizzazione” che generano.

La cosa interessante è che questa intimità un romanzo di successo la genera con centinaia di migliaia di lettori, un prodotto televisivo in un Paese come l'Italia, con cinque, sei, otto milioni di persone contemporaneamente, un film hollywoodiano come *Titanic* raggiunge in un anno forse più di un miliardo o due di persone.

La percezione di questa paradossale “intimità di massa” è oggi molto più avvertita grazie alla possibilità che i lettori/spettatori possano rispondere sui siti dedicati, o sulle pagine che (anche per motivi pubblicitari, certo) le opere importanti aprono sui social network. Oggi gli autori di opere narrative di successo ricevono una valanga di commenti e di feedback che possono anche travolgerli, ma in

ogni caso sono una conferma empirica di come queste opere tocchino il cuore di un numero enorme di persone.

Questa capacità di essere nello stesso tempo enormemente massivo ma anche di arrivare al cuore di ogni lettore/spettatore è forse l'aspetto più delicato dei moderni mezzi di comunicazione, ma l'unione di questi due estremi che sembrerebbero inconciliabili moltiplica l'importanza per noi cristiani di essere presenti anche qui, dove si generano queste ondate di storie che rivelano aspetti prima sconosciuti o non considerati del reale, queste rivelazioni che diventano emozioni, quelle emozioni che si trasformano in decisioni esistenziali.

### *Una grande opportunità*

In questo senso, la predicazione di San Josemaría, che invita i laici a prendere coscienza delle loro

responsabilità e a essere presenti nei crocevia di intense relazioni umane, ha un'applicazione particolarmente forte – difficile pensare a “luoghi” che siano maggiormente rilevanti al giorno d’oggi –, e che può essere straordinariamente feconda, in questo ambito. Lui stesso notava come un grande danno per la Chiesa l’assenza (che, come notavamo, ha radici storiche che ora sarebbe lungo indagare) di cristiani ben formati da queste agorà planetarie che sono il cinema e la televisione.

San Josemaría insisteva anche sul fatto che l’“apostolato dell’opinione pubblica” è compito di tutti, e non è quindi una sorta di “riserva” per gente super-specializzata. È importante però ricordare che, come abbiamo visto in un brano della Lettera del 1946 che abbiamo già citato, questo allargamento di responsabilità a tutti i cristiani non significava per lui ridurre

minimamente la necessità di una preparazione specifica, che deve essere lunga, paziente, esigente, per chi vuole lavorare professionalmente in questi mezzi con speranza di incidere positivamente. Non ci si può illudere che bastino la buona volontà o le buone intenzioni.

Questo “compito di tutti” significava per lui che ogni cristiano deve chiedersi che cosa può fare per rendere presente Cristo anche in questi mezzi. Da semplici cittadini che scrivono lettere di incoraggiamento o di protesta (sempre con spirito costruttivo) per il contenuto di giornali, film o televisione fino all’organizzarsi in associazioni di spettatori o di utenti per meglio incidere sull’orientamento dei media; dal vivere responsabilmente il proprio ruolo di fruitori di questi mezzi (incidendo anche, ovviamente, sulle vendite o meno di certi prodotti) al

ruolo di investitori pubblicitari che decidono di comprare spazi in alcuni media piuttosto che in altri, perché alcuni media rispettano maggiormente la dignità dei propri utenti e fruitori; dal formare i figli al gusto verso un intrattenimento ricco di contenuti al proporre cineforum o all'impegnarsi in ruoli di critica e di orientamento attivo (in giornali, siti internet, programmi radiofonici e televisivi) verso la fruizione di romanzi, film e prodotti televisivi.

Di nuovo qui, per San Josemaría non si tratta di un compito in più, ma di una responsabilità che viene dal Battesimo, e che il cristiano deve vivere senza complessi di inferiorità di alcun tipo. Si tratta semplicemente di vivere la dimensione sociale e culturale della fede, con un giusto pluralismo (anche nei gusti, negli stili che si scelgono, nelle cose che si amano secondo legittime preferenze) ma senza venir meno alla propria

coerenza di cristiani al cento per cento.

## 6. Non è un'utopia

In una recente lectio magistralis tenuta presso l'Aula Magna della Pontificia Università Lateranense in occasione del compimento dei suoi 90 anni, un noto protagonista della televisione italiana, Ettore Bernabei – per quattordici anni (dal 1961 al 1974) Direttore generale della televisione pubblica italiana Rai, e poi dal 1992 promotore e presidente di una casa di produzione televisiva che ha realizzato prodotti quasi sempre di grande successo in Italia, e spesso nel mondo –, poteva testimoniare con la forza di chi ha passato quarant'anni in prima linea nel duro e competitivo mondo della comunicazione televisiva: “Nella mia esperienza di comunicatore ho constatato che quando si cerca di ispirare la comunicazione a una

concezione di bene comune, si trova sempre rispondenza da parte del pubblico”.

Potremmo citare diverse altre esperienze, ma ci limitiamo a qualche breve considerazione finale proprio su questa, che conosciamo bene da vicino, per sottolinearne un elemento a nostro parere cruciale. Nell’esperienza di Ettore Bernabei, con cui anche chi scrive ha avuto molte occasioni di collaborazione a partire dal 1999, il primato è sempre alla persona, alla sua cultura, alla sua formazione intellettuale. Le tecnologie (su cui in modo errato e presbite alcuni investono troppe energie, togliendole invece alla dimensione umanistica, narrativa, filosofica e teologica) sono sempre un elemento secondario che deve essere al servizio dell’elaborazione del racconto, cioè del contenuto da trasmettere. Nella modalità di lavoro della Lux Vide, il primato – anche

nell'investimento e nell'uso delle risorse economiche – fino a oggi è sempre appartenuto alla fase che nell'industria cinematografica si chiama di “sviluppo”, vale a dire il lavoro paziente, profondo, esigentissimo – e documentato storicamente tutte le volte che si ha a che fare con la Storia – per mettere a punto la sceneggiatura, cioè il progetto da portare sugli schermi, eventualmente sacrificando qualcosa del budget per la messa in scena e la produzione. È una strategia che non molti seguono, ma a parere di chi scrive è assolutamente il modo giusto di procedere, che si è rivelato sempre efficace sia per qualità dei prodotti, sia per risultati di pubblico.

Per concludere, come abbiamo visto, l'atteggiamento predicato e proposto da San Josemaría – che è ovviamente al di sopra e previo rispetto alle determinazioni concrete che ogni iniziativa formativa o produttiva

realizza – va comunque proprio in questa direzione di mancanza di complessi di inferiorità, di lavoro duro ed esigente, ma compiuto con la consapevolezza che siamo eredi del Regno.

Si tratta certamente di compiti non facili, e la strada da recuperare è molta, ma in questo cambio di secolo e di millennio si avverte una rinnovata presa di coscienza, da parte dei cristiani, della responsabilità di essere presenti in questi mezzi. Ci riferiamo sia a iniziative incoraggiate e proposte dalla gerarchia episcopale (si pensi alle televisioni cattoliche come l’italiana Tv2000 o al rinnovato impegno in quotidiani cattolici come – sempre per limitarci al caso italiano – l’autorevole *Avvenire*), ma anche e soprattutto a iniziative di singoli cristiani (alcune le abbiamo molto brevemente citate) che qui sarebbe lungo descrivere.

Da parte di chi scrive, c'è la consapevolezza – anche questa sperimentata su dati di fatto ed esperienze ormai più che decennali in ambito sia di formazione, sia di realizzazione – che davvero, come piaceva dire a San Josemaría, “si sono aperti i cammini divini della terra” e questi cammini, che sta a noi percorrere, sono anche quelli dei mezzi di comunicazione.

---

pdf | documento generato automaticamente da <https://opusdei.org/it-ch/article/l'impegno-dei-cristiani-nel-mondo-della-comunicazione-riflessioni-a-partire-dagli-insegnamenti-di-san-josemaria/>  
(04/02/2026)