



# ricerca

Mensile della Federazione Universitaria Cattolica Italiana  
Maggio 2004

## GIOVANI TRA PIAZZE E PARABOLE

IMPARARE LA  
PARTECIPAZIONE  
NEL TEMPO  
DEI MEDIA  
TESI DEL 57°  
CONGRESSO  
NAZIONALE

# ri



■ **Ricerca**

Mensile della Federazione Universitaria Cattolica Italiana

■ **Direttore Responsabile**

Angelo Bertani

■ **Direttore**

Enrica Belli

pnf.fuci@tiscali.it

■ **Condirettore**

Marco Piras

cond.fuci@tiscali.it

■ **Redazione**

Davide Arcangeli

Alessandro Bertini

don Andrea Decarli

Donatella Falzetta

Marco Martorelli

Manuela Sammarco

■ **Direzione, Amministrazione, Redazione**

FUCI - Presidenza Nazionale

Via della Conciliazione, 1 - 00193 Roma

Tel. 06.6875621 Fax 06.6861948

E-mail: ricerca.fuci@tiscali.it

■ **Progetto grafico ed impaginazione**

Davide Pagin - Giulio Veronese

Kami/Fabbrica di Idee

Via del Leone, 13 - 00186 Roma

Tel. 06.68808370 - www.kami.it

■ **Fotografie**

Archivio ACI, Archivio FUCI, Agenzia Olycom

■ **Stampa**

Eurografica srl

Via Tiburtina, 1099 - 00156 Roma

Registrazione del Tribunale di Roma

n. 361 del 10 luglio 1985

■ **Abbonamenti**

Ordinario € 22,00; Enti e biblioteche € 32,00; Sostenitore € 103,00

Fascicolo unitario € 2,50

Versamento sul ccp n. 35038009 intestato a

FUCI - via della Conciliazione, 1 - 00193 Roma

indicando la causale abbonamento a Ricerca

Consegnato in tipografia il 21 aprile 2004





# s o m m a r i o

- **INTRODUZIONE E ANALISI** **pag 4**  
A cura della Presidenza Nazionale  
  
Introduzione  
Mass media tra strumento e ambiente
- **MASS-MEDIA E AGENZIE FORMATIVE** **pag 12**  
A cura della Presidenza Nazionale  
  
Introduzione  
Famiglia e scuola  
Università e cultura  
Comunicazione, politica e territorio  
Le responsabilità del giornalista  
Corpi intermedi e associazioni: per un pluralismo nella comunità  
Chiesa e mass-media
- **FUCI E COMUNICAZIONE** **pag 27**  
A cura della Presidenza Nazionale  
  
Introduzione  
FUCI e dialogo nel XX secolo  
I cambiamenti del contesto universitario  
La FUCI all'alba del XXI secolo  
Conclusione
- **IGINO RIGHETTI, LA FUCI E LA FORMAZIONE DI ALBETO MARVELLI** **pag 32**  
di Giovanni Bersani

- In questo numero di *Ricerca* pubblichiamo le Tesi Congressuali elaborate dalla Presidenza Nazionale della FUCI in preparazione al 57° Congresso Nazionale "**Giovani tra Piazze e Parabole**. *Imparare la partecipazione nel tempo dei media*" che si terrà a Genova dal 29 aprile al 2 maggio. Le Tesi, che hanno accompagnato negli ultimi mesi la riflessione dei gruppi, sono un primo lavoro di analisi, che continueremo nei giorni del Congresso sul nodo comunicazione-democrazia, e soprattutto uno strumento attraverso il quale intendiamo dare voce al progetto di Politica, di Scuola, di Università e di Chiesa che vorremmo contribuire a realizzare.



# Introduzione e analisi

a cura della Presidenza Nazionale della FUCI

## ■ 1. Introduzione

«Quando Cristo mi giudicherà, io so di certo che Egli mi farà questa domanda: come hai moltiplicato, a favore dei tuoi fratelli, i talenti privati e pubblici che ti ho affidato? Cosa hai fatto per sradicare dalla società la miseria dei tuoi fratelli? Non potrò addurre, a scusa della mia inazione o della mia inefficace azione, le ragioni "scientifiche" del sistema. Abbiamo una missione trasformante da compiere: dobbiamo mutare - quanto è possibile - le strutture di questo mondo per renderle al massimo adeguate alla vocazione di Dio»<sup>1</sup>.

Con la mirabile semplicità e lucidità di chi sa guardare l'essenziale con gli occhi della fede, Giorgio La Pira in queste poche righe ci ricorda dove inizia e dove finisce il compito politico che come cristiani ci è affidato. Non bastano le "mura silenziose dell'adorazione". Non basta la "fortezza interiore della preghiera". La storia che viviamo, il mondo in cui camminiamo sono luoghi di santificazione: la struttura che diamo alla società non può non tenere conto del fatto che in essa siamo chiamati ad essere benedizione per chi ci sta affianco. **Costruire la città dell'uomo a misura d'uomo** significa rendersi conto che qui ed ora siamo chiamati a collaborare alla costruzione del **regno di Dio**.

Ma la dimensione politica si lega, al di là delle fedi e delle convinzioni, alla stessa natura sociale dell'uomo, che può realizzare se stesso solo nella relazione con gli altri. Ci interessa pertanto chiederci come oggi si possa **fare formazione alla politica**; secondo quali modelli e quali valori le nuove generazioni possano essere educate alla cittadinanza responsabile.

Nel porci queste domande ci scontriamo immediatamente con un dato: non è possibile confrontarsi oggi su questo terreno senza considerare seriamente **l'influenza che i grandi media hanno nella formazione dei giovani**, vale a dire dei nostri costumi, delle nostre convinzioni morali, del nostro maturare come cittadini, del nostro rapporto con la comunità cui apparteniamo.

Analizzando il contesto attuale appare che alla crisi delle

**La storia che viviamo, il mondo in cui camminiamo sono luoghi di santificazione: la struttura che diamo alla società non può non tenere conto del fatto che in essa siamo chiamati ad essere benedizione per chi ci sta affianco**

sezioni giovanili di partito e delle associazioni, fanno da contraltare da un lato i fenomeni di movimentismo (movimento per la pace, no global...) e dall'altro la spettacolarizzazione e la volgarizzazione ideologica della politica di palazzo vista attraverso i media.

La politica delle grandi manifestazioni e la politica del teatrino TV cosa hanno in comune?

La prima appare segno di un **emergente desiderio di partecipazione**. Ma anche, nel momento in cui si esaurisce nell'ebbrezza delle grandi piazze, di un'incapacità di confronto reale su idee e programmi. Più profondamente: di un'incapacità di **dare corpo ad un tempo ordinario di impegno**.

Parallelamente la seconda, assestandosi su contrapposizioni ideologiche meramente strumentali e propagandistiche, dimentica il legame con la vita reale del Paese e contribuisce a delegittimare i luoghi preposti ad un confronto democratico che necessariamente richiedono tempi e linguaggi diversi, meno adatti ad essere tradotti sotto forma di *slogan*.

Rintracciamo allora la radice comune dei due fenomeni nella **emozionalità**: nell'uno e nell'altro caso i problemi sociali sono vissuti come tali se e solo se capaci di scatenare passioni, commozione, rivalità ideologiche forti che rimangono ben al di qua di un'analisi approfondita dei problemi, capace di scorgerne cause e soluzioni complesse. Abituati alla spettacolarizzazione di miserie e



contrapposizioni, restiamo così ciechi di fronte alle povertà e ai drammi che quotidianamente ci interpellano con la dignità di chi non ha strumenti per fare notizia.

Ci interessa invece rispondere a quel desiderio di partecipazione con qualcosa di più ambizioso.

È solo nel dialogo, nella continuità del tempo, che si può costruire un senso etico condiviso, criteri di valutazione, un'opinione pubblica in senso proprio. Laddove ciò manca la comunicazione del potere può rendersi più spregiudicata proprio perché non trova un **tessuto etico** pronto a vagliarla criticamente, ma solo la cultura individuale: è così che la comunità da soggetto attivo dell'informazione e della decisione ne diviene l'oggetto passivo. Vogliamo invece che i giovani abbiano l'opportunità di vivere la dimensione orizzontale della politica, quella del confronto serio, della costruzione, lenta, faticosa, bella, di una casa comune. È solo così che si può riscoprire la sensatezza di regole e valori, la capacità di fare scelte motivate e di avvertire la responsabilità nel proprio agire quotidiano. Il carattere politico del proprio agire quotidiano.

Ma chi oggi educa al concetto di politica come servizio, come strumento di solidarietà? Chi ci insegna a guardare alle questioni sociali? Chi ci insegna una cultura della prossimità, della cura, dell'attenzione all'altro?

Emerge dunque l'esigenza di una **politica della lungimiranza**, consapevole dell'importanza di educare i cittadini alla responsabilità.

Prima ancora: è forse l'**educazione alla libertà** la vera missione nei confronti dei giovani.

Una rilettura di Foucault e Bauman potrebbe essere molto utile per mostrare come lo smarrimento della capacità di operare scelte sia frutto necessario delle modalità con cui oggi è gestito il potere, il quale non può prescindere dall'utilizzo dei mass-media:

«I molti guardano i pochi. I pochi guardati sono delle celebrità. Possono venire dal mondo della politica, dello sport, della scienza o dello spettacolo, o essere noti specialisti dell'informazione. Quale che sia la provenienza, comunque, tutte le celebrità in mostra

**Vogliamo invece  
che i giovani abbiano  
l'opportunità di vivere  
la dimensione orizzontale  
della politica,  
quella del confronto serio,  
della costruzione, lenta,  
faticosa, bella, di una casa comune**

esibiscono il mondo delle celebrità, un mondo il cui principale tratto distintivo è proprio l'essere guardati, dai molti e in qualsiasi angolo del globo: si è globali in quanto si è dotati delle caratteristiche per essere guardati. Di qualsiasi cosa parlino quando sono in trasmissione, **trasmettono uno stile di vita totale**: la loro vita, il loro stile di vita»<sup>2</sup>.

Da sempre vi è una relazione significativa tra il potere e il senso della vista.

Anticamente chi ha potere è colui che è ben visibile nella sua magnificenza ed essa incute timore e rispetto nel suddito che deve essere governato. Il potere si ammanta di simboli per essere ben riconoscibile.

Metafora della modernità, invece, come nota Foucault, è il *Panopticon*, sistema carcerario inventato da Bentham, che diviene simbolo di un potere (quello degli imperi prima e dei totalitarismi poi) che ha capacità capillare di controllo e di osservazione.

«Il principio è noto: alla periferia una costruzione ad anello; al centro una torre tagliata da larghe finestre che si aprono verso la faccia interna dell'anello... Basta allora mettere un sorvegliante alla torre centrale ed in ogni cella rinchiudere un pazzo, un ammalato, un condannato...

Tante gabbie, altrettanti piccoli teatri in cui ogni attore è solo, perfettamente individualizzato e **costantemente visibile**...»<sup>3</sup>.



**I media e in particolare la televisione, influiscono tanto sul messaggio che danno, che catalogarli come "strumenti" significherebbe non solo sottostimarne la potenza, ma proprio tradirne l'identità: più profondamente i media sono un "ambiente" entro cui siamo immersi**

Chi ha potere può osservare e controllare tutto, senza essere a sua volta guardato. È quello che succede anche nella città dipinta da Orwell in *1984*: ogni cittadino possiede una TV, ma nessuno può mai spegnerla né sapere quando lo schermo viene utilizzato come telecamera per spiare.

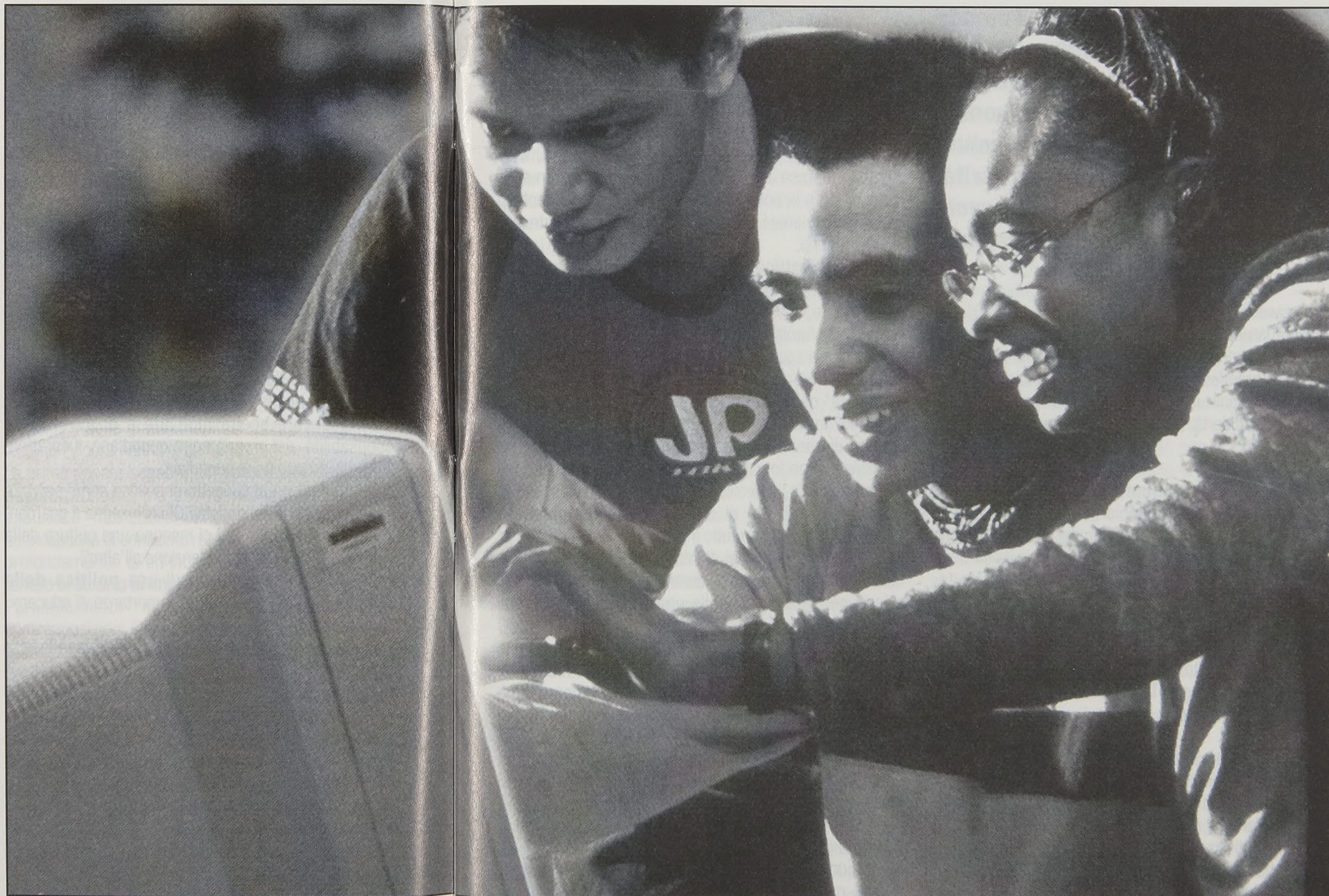
Oggi invece sono i molti a guardare i pochi attraverso i grandi media. Il potere mass-mediatico inoltre mette in atto meccanismi capaci di sedurre chi guarda a volere essere a sua volta guardato secondo i modelli proposti dal mezzo. I molti che guardano mettono in atto dei meccanismi mimetici: sviluppano forme di narcisismo che li inducono a voler essere guardati non per come sono, ma in modo tale da essere riconosciuti in tutto e per tutto corrispondenti ai modelli che qualcun altro suggerisce. Si tratta di un vero e proprio **potere seduttivo**.

Chi mi se-duce mi de-via da me stesso.

Viceversa chi mi chiama (vocare) mi lascia libero di rispondere o meno alla chiamata.

Chi mi se-duce mi de-via dalla mia vocazione.

**Insegnare la scelta**, il discernimento, è la più grande responsabilità politica collettiva che abbiamo di fronte a tale pervasività e struttura del potere mass-mediatico. Si tratta di insegnare a scegliere, discutendoli, ideali, stili di vita, senso etico, nel confronto reale delle opinioni. Di





**In un processo in cui il mondo  
disegna e produce i media-ambiente  
e i media ambiente a loro volta  
producono e disegnano il mondo,  
non si può stabilire in assoluto  
chi viene prima, chi ha la priorità,  
e quindi chi è colpevole  
dei mali della comunicazione**

insegnare a guardare il volto di chi incontriamo quotidianamente sul nostro cammino riconoscendovi quel "radicalmente altro" che è necessario alla nostra esistenza, prendendo coscienza che ognuno di noi porta sulle proprie spalle il destino di chi gli sta accanto.

Chiamati alla libertà, abbiamo un **dovere di liberazione** verso gli altri.

## ■ 2. Mass media tra strumento e ambiente

Spesso sentiamo o partecipiamo a discussioni sulla televisione in cui a chi tende a demonizzarla si risponde che la televisione è solo uno strumento, e il male e il bene che ne derivano dipendono dall'uso che se ne fa. Certamente da un punto di vista morale questa risposta contiene una parte di verità, nell'accomunare i mezzi informativi a tutti gli altri strumenti che l'umanità ha prodotto, ma a nostro parere non coglie fino in fondo la provocazione che oggi la TV in particolare e i mass-media in generale ci lanciano.

### *Mass-media come ambiente*

Non possiamo più commettere l'errore di considerare i mass-media come un puro strumento, per cui sono buoni se li riempiamo di contenuti buoni, e se li riempiamo di contenuti cattivi, sono cattivi.

Ciò sarebbe vero se i media fossero solo delle scatole, che non influiscono sul contenuto che trasmettono.

Già McLuhan negli anni '60 ci diceva che "**il medium è il messaggio**"<sup>4</sup>, avvertendoci che lo stesso messaggio lanciato da media diversi non rimane più lo stesso, ma anzi cambia profondamente, proprio nella sua identità di messaggio.

I media insomma, e in particolare la televisione, influiscono tanto sul messaggio che danno, che catalogarli come "strumenti" significherebbe non solo sottostimarne la potenza, ma proprio tradirne l'identità: più profondamente i media sono un "**ambiente**" entro cui siamo immersi.

I media non raffigurano il mondo così com'è, ma lo rappresentano filtrandone gli elementi che interessano all'operatore, secondo le peculiarità di ogni strumento. Essi dunque forniscono non la realtà stessa, ma un **punto di vista**, uno sguardo, una prospettiva particolare sulla realtà, che sono condizionati fortemente sia dalla "struttura" della tecnologia, sia dall'interesse e dalle intenzioni degli operatori.

Questa distanza tra realtà e ambiente mediatico va sottolineata con forza, in un'epoca in cui la **pervasività** dei mass-media, la loro capacità di arrivare a ciascuno di noi, di trasmetterci di continuo e in tempo reale informazioni, notizie da tutto il mondo, di "colpirci" con la pubblicità e i programmi di intrattenimento sono tali da farci vivere costantemente "dentro" l'ambiente mediatico e farci pensare impossibile una vita priva di questa dimensione.

In un certo senso i media, dalla televisione a internet, creano una **dimensione parallela al mondo** reale, che non sempre si pone come subordinata ad esso. C'è addirittura chi pensa che questa dimensione abbia soppiantato il mondo reale: gli eventi che non vengono raccontati dai media, che non entrano nei palinsesti dei nostri telegiornali, che non vengono lanciati dalle agenzie stampa per noi non esistono.

### *Mass-media e mondo reale*

Sono indubbiamente letture provocatorie, che hanno il merito di evidenziare tutta la problematicità di un



rapporto tra media e mondo reale, in cui i media rischiano di avere il sopravvento come se potessero svincolarsi arbitrariamente da esso.

In realtà, in una lettura più equilibrata, i media sono **inseriti dentro il mondo**, sono parte di un più ampio contesto sociale, culturale, economico, tecnologico. Con Bauman potremmo recuperare l'antica immagine di TV come specchio del mondo: per Bauman se la televisione guida il mondo è perché lo segue, se riesce a diffondere determinati modelli di vita è perché replica dei modelli a cui noi già siamo inclini.

Secondo noi però anche questa lettura è troppo unilaterale perché sottovaluta il potere creativo e formativo della televisione e dei media in generale.

A noi sembra calzante l'immagine di **Escher**, intitolata **"Drawing hands"**, per descrivere la circolarità dei processi media-mondo reale.

Questa immagine mostra una mano che disegna un'altra mano, la quale a sua volta disegna la mano che la sta disegnando: in un processo in cui il mondo disegna e produce i media-ambiente e i media ambiente a loro volta producono e disegnano il mondo, non si può stabilire in assoluto chi viene prima, chi ha la priorità, e quindi chi è colpevole dei mali della comunicazione. Questa considerazione è secondo noi provvidenziale, perché ci libera dalla tentazione di individuare un capro espiatorio, e di chiudere così "felicamente" ogni ulteriore riflessione. Detto questo però siamo anche consapevoli che una mano, quella dei mass-media, sorretta dai poteri forti dell'economia mondiale, consente a chi abbia questi poteri e sia particolarmente determinato, di fornire rappresentazioni distorte del mondo. Insomma, la circolarità ermeneutica di cui sopra non elimina le responsabilità individuali, in particolare di chi ha più potere.

Questa **potenzialità "distorsiva"** dei media-ambiente, che fa leva sulla forza dell'immagine e dello slogan, costituisce il limite stesso di questi mezzi: abituando le persone ad una comunicazione fondata sulla forza dell'immagine e sulla semplificazione dei contenuti, essi

## **In questa deriva dell'informazione scorgiamo forte il rischio di una perdita del senso della continuità degli eventi, e soprattutto del senso della storia**

inducono una richiesta di programmi di **basso livello culturale**, che a sua volta imprigiona i palinsesti, condannandoli ad offerte di scarso profilo.

Tale debolezza dei mass-media non è un problema per chi insegue unicamente il profitto che se ne può ricavare, mentre lo è più per chi ha a cuore l'innalzamento culturale della popolazione. La soluzione non può essere semplicemente la completa liberalizzazione del mercato televisivo: la concorrenza infatti, come dimostra l'esperienza statunitense, può peggiorare l'offerta culturale dei media, innescando una competizione al ribasso. È necessario rilanciare in Italia, accanto ad una vera liberalizzazione del mercato televisivo, il ruolo di un servizio pubblico sottratto alle ferree leggi del mercato, capace di guardare all'**audience come un indicatore di salute** dell'azienda e non come l'unico obiettivo conseguibile.

### *Mass-media e formazione del cittadino*

Siamo preoccupati per il degrado culturale e politico in Italia, causato anche da una televisione in grado di incidere sulle dinamiche formative delle persone e in particolare dei giovani.

Sartori<sup>5</sup> sostiene che la televisione sta causando una **"mutazione antropologica"**, in cui l'uomo, abituato fin da bambino alla forza semplificativa dell'immagine, subisce una diminuzione della capacità astratta e logico-deduttiva. L'**homo videns** sta dunque per soppiantare l'**homo sapiens**: con questa battuta ad effetto Sartori intende metterci in guardia dalla **perdita di senso**





**critico** che sta provocando la televisione. Televisione "cattiva maestra" non solo perché fa passare contenuti violenti, come sosteneva Popper<sup>6</sup>, ma proprio nel senso che educa i bambini al primato dell'immagine disabituandoli al ragionamento e alla capacità di astrazione.

L'immagine infatti sembra fornirci un contenuto "oggettivo", e capace di dimostrare da sé la propria verità, senza bisogno di particolari sforzi interpretativi.

In realtà l'interpretazione di ciò che vediamo quotidianamente, dai telegiornali, ai film, ai *reportages*, è il necessario "filtro critico" che ci permette di selezionare le informazioni e dare ad esse la loro giusta importanza.

Questo filtro critico è oggi messo in crisi non solo dalla potenza dell'immagine, ma anche dal rapporto sproporzionato tra velocità e pensiero: la velocità con cui le immagini si susseguono impedisce la maturazione di un pensiero complesso.

Più in generale, secondo Bauman<sup>7</sup> **il tempo** è la risorsa di cui la tv è sempre a corto: così si privilegiano le idee condivise da tutti, quelle che non inducono alla riflessione, perché considerate assiomatiche. Fa share il messaggio che ottiene il **massimo impatto immediato**, che tende a colpire ed emozionare, senza pretendere che venga ricordato a lungo. Nell'informazione ciascun episodio è a se stante: c'è una serie continua di nuovi inizi e rapide fini e la vita diventa l'assemblaggio di una raccolta di storie brevi: «l'informazione – dice Brune<sup>8</sup> – è come il caffè: è buona quando è calda e forte».

In questa deriva dell'informazione scorgiamo forte il rischio di una perdita del senso della continuità degli eventi, e soprattutto del senso della storia.

Se ciò che conta è l'attimo presente e l'emozione che deve suscitare l'immagine che viene in quell'attimo percepita, il tempo

risulterà dalla mera giustapposizione di queste immagini ed eventi, senza necessità di legami logici o connessioni causali.

In altri termini perde di importanza per l'oggi ciò che è avvenuto ieri, cioè dal punto di vista personale la memoria, e, da quello collettivo, la storia, con serissime conseguenze per la crescita e formazione stessa di una matura autocoscienza personale e delle identità collettive.

I media-ambiente **modificano le dinamiche formative** delle persone, non solo a causa della potenza, velocità e pervasività dell'immagine, ma anche incidendo sul **"riconoscimento identitario"** delle persone. Più in



generale poi essi influiscono notevolmente sulla formazione dell'opinione pubblica.

Il primo punto l'abbiamo già discusso nell'introduzione a queste tesi: i media mettono in atto meccanismi mimetici potentissimi, creando modelli imitativi che direzionano e formano le aspirazioni personali e di conseguenza il costume diffuso dei popoli.

I media-ambiente sono anche **potenti formatori dell'opinione pubblica**.

Secondo Sartori<sup>9</sup> i meccanismi tradizionali di formazione dell'opinione pubblica sono descrivibili come un "processo a cascata", in cui alcuni mediatori, detti *opinion makers*, trasmettono le opinioni prevalenti verso strati via via più diffusi della popolazione e in cui alcuni luoghi particolari, come giornali, partiti, ma anche piazze, bar, luoghi di ritrovo fungevano da vasche in cui le opinioni si rimescolano, con possibilità di contaminazioni e retroazioni. Oggi, accanto a questo processo, se ne aggiunge un altro, di grande potenza ed efficacia, dovuto all'influenza della TV, che comunica le opinioni **direttamente al singolo**, saltando ogni possibile mediazione e impedendo ogni eventuale retroazione ed interazione del singolo stesso.

#### *I media interattivi*

L'ultimo tassello nella nostra ricostruzione sono i **media interattivi**, come internet e le nuove frontiere della tv interattiva digitale, che costituiscono un terzo binario di formazione dell'opinione pubblica, accanto ai processi tradizionali e alla televisione analogica: essi infatti, creando nuove "vasche" di rimescolamento delle opinioni, nuove *virtual communities*, comunità virtuali, rendono possibile ri-valorizzare la mediazione, il protagonismo e l'interazione dei singoli e costituiscono un'opportunità nuova per la cittadinanza democratica.

Gilder<sup>10</sup> si spinge fino a profetizzare l'avvento di un nuovo strumento che unisca le potenzialità del computer e della televisione, il **teleputer**, reso possibile in particolare dalle nuove tecnologie digitali. In questo modello la televisione analogica intesa come semplice scatola ricevente

sarebbe sostituita da un *teleputer* capace di **interagire ampiamente con la rete a cui è connesso**.

Queste tecnologie rivoluzioneranno certamente il modo di fare televisione, e probabilmente daranno una salutare spallata ad una tv generalista ingessata che, nel tentativo di raggiungere l'audience più alto, percorre la strada dell'abbassamento della qualità. Infatti le prospettive di una tv digitale non sono più legate ad un **"utente tipo"** generalista, che deve sommare in sé l'operaio, l'impiegato e il professore universitario, ma, con l'avvento dei canali tematici, si potranno delineare tanti "utenti tipo" ognuno con gamma di interessi e livello culturale abbastanza ben determinati.

Non possiamo però tacere che questa trasformazione porta con sé il rischio di una più accentuata frammentazione della società. Se la televisione tematica risulterà più forte di quella generalista si verificherà la **crisi di una cultura diffusa comune** a tutti, in favore di una società a compartimenti stagni, in cui ciascuna fascia sociale coltiva gli interessi che le sono propri. Ciascun utente di un canale tematico infatti potrà essere indotto a mantenere costante il suo interesse e privato della possibilità di un confronto che possa ampliare i suoi orizzonti.

#### NOTE

<sup>1</sup> Giorgio La Pira, *Le città sono vive*

<sup>2</sup> Zygmunt Bauman, *Dentro la globalizzazione*, Editori Laterza, Bari 2003, pagg. 60-61

<sup>3</sup> M. Foucault, *Sorvegliare e punire*

<sup>4</sup> Marshall McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, ed. Il Saggiatore

<sup>5</sup> Giovanni Sartori, *Homo videns*, ed. Laterza

<sup>6</sup> K. Popper, J. Condry, *Cattiva maestra televisione* ed. Reser, 9, Milano 1994

<sup>7</sup> Z. Bauman, *La società sotto assedio*, ed. Laterza 2003

<sup>8</sup> Francois Brune, *Mediatiquement correct. 265 maximes de notre tempe*, Paris Méditerranée 1998

<sup>9</sup> G. Sartori, op. cit.

<sup>10</sup> George Gilder, *La vita dopo la televisione*, ed. Castelvechi



# Mass-media e agenzie formative

## ■ 1. Introduzione

Ci sembra importante riprendere l'immagine di Escher: il mondo disegna la televisione e la televisione a sua volta disegna il mondo, in un'infinita catena di azioni e retroazioni tra l'universo simbolico dei media e l'universo reale.

Abbiamo però anche sottolineato come questa relazione non sia perfettamente simmetrica: una parte, quella dei mass-media, è particolarmente forte e capace, se lo vuole, di fornire un'immagine distorta o parziale del mondo.

Questa forza, fondata sull'incontrovertibilità dell'immagine unita alla semplificazione efficace del messaggio verbale, è al contempo la debolezza della televisione, in particolare dei grandi network, che hanno scarsi margini di manovra per un'informazione più ampia ed articolata e, in definitiva, per una migliore qualità dei programmi.

Siamo convinti che, al di là delle responsabilità del servizio pubblico, sia la società nel suo complesso il principale attore in grado di far invertire la rotta al generale scadimento culturale della televisione. Se il livello culturale della popolazione italiana crescerà, senza dubbio crescerà anche il livello delle trasmissioni televisive.

Il problema si sposta allora da un piano tecnico-politico ad un **piano culturale**: chi ha la **responsabilità** della crescita culturale della società italiana?

Le principali agenzie formative del nostro Paese, dalla scuola alla Chiesa, dalla famiglia alle associazioni sembrano segnare il passo nella formazione della cultura diffusa, dell'ethos condiviso, dei valori di fondo dei cittadini italiani, di fronte all'influenza preponderante assunta in questo ambito dei media-ambiente e in

particolare, almeno negli ultimi 30 anni di storia italiana, dalla televisione.

La televisione **si è trovata ad essere il principale attore della cultura e del costume diffuso** senza pensarsi e progettarsi come tale. Oggi, poi, sepolto da gran tempo il monopolio pubblico, si pensa che la tv pubblica, proprio perché azienda, non debba avere finalità educative ma commerciali. Sta di fatto però che **la tv educa**, proprio nel senso che incide sui processi formativi, educativi e culturali molto più fortemente di chi è chiamato a farlo per proprio statuto. Come riportare nella **cabina di regia** chi ha il ruolo e le competenze per fare cultura? Qui sta il nocciolo del problema.

**Le agenzie formative  
del nostro Paese sono chiamate  
ad un'azione di resistenza  
culturale al degrado, non contro le  
attuali modalità di comunicazione,  
ma re-imparando,  
attraverso di esse,  
a parlare alla gente**

Non crediamo a soluzioni radicali: non crediamo a una scuola e un'università rassegnate a fornire un sapere esclusivamente tecnico e funzionalista, e non crediamo neanche alle battaglie di retroguardia di chi non capisce che è in atto una trasformazione profonda e irreversibile dei luoghi e dei meccanismi di diffusione della cultura.

Le agenzie formative del nostro Paese sono chiamate ad un'azione di **resistenza culturale** al degrado, non contro le attuali modalità di comunicazione, ma **re-imparando**, attraverso di esse, **a parlare alla gente**.

Come cattolici ci spetta il compito arduo ma irrinunciabile di una nuova prassi comunicativa, di un rinnovato sforzo di essere fermento culturale attraverso una presenza attiva, salda, pensosa nei luoghi fisici o virtuali dove oggi si fa cultura.

È una resistenza culturale al degrado, ed al contempo una battaglia per la democrazia: mai come oggi la democrazia è stata in pericolo per uno **scivolamento** verso forme populiste e plebiscitarie, che favoriscono la



personalizzazione delle istituzioni e un perenne stato di conflitto muscolare tra le stesse, che fanno largo uso di attacchi personali e vittimismo, che fanno dei sondaggi i nuovi oracoli delfici.

È una battaglia che intreccia comunicazione e democrazia, che richiede i tempi lunghi e la visione ampia della buona impresa culturale, la passione e la precisione del professionista, l'apertura mentale e il coraggio dei giovani.

È una battaglia di responsabilità alla quale chiamiamo tutte le agenzie formative del nostro Paese: la famiglia, la scuola, l'università, il mondo del giornalismo, la politica, le associazioni e i movimenti, la Chiesa e infine noi stessi, la FUCI, per richiamarci alle medesime responsabilità e trarne le dovute conseguenze.

## ■ 2. Famiglia e scuola

Se il mondo adulto afferma di guardare la televisione per divertimento, i bambini, pur trovandola divertente, guardano la televisione per capire il mondo. Essa costituisce un'importante fonte di conoscenza, riempiendo lo spazio prima occupato dai giochi di cortile e di strada.

La tv dunque è divertimento per il bambino, ma proprio in quanto tale essa acquista quel valore formativo ed educativo che il gioco ha sempre esercitato.

Certamente rispetto al gioco tradizionale essa ha modalità del tutto particolari, tra le quali possiamo evidenziarne solo alcune, senza pretendere di essere esaustivi.

La prima caratteristica, che non necessita di troppi chiarimenti, è la **passività**: di fronte alla tv il bambino è un puro recettore.

La seconda riguarda, come già sottolineato, il primato dell'immagine rispetto alla parola: la tv da un lato insegna al bambino ad utilizzare la capacità visiva ed uditiva, dall'altro ritarda lo "sviluppo diacronico"<sup>11</sup>, che afferra al linguaggio, e la **capacità astrattiva e logico-deduttiva**.

La terza riguarda la **distinzione tra reale e virtuale**.

I bambini sono soggetti "imitativi" ancora non in grado di distinguere perfettamente la realtà dalla fiction, il mondo reale da quello virtuale: questo pone un problema particolare per la diffusione di immagini violente, di programmi o giochi elettronici basati su contesti di guerra o di violenza. Ci sono stati non pochi casi di bambini, che hanno "imitato" la violenza imparata nel gioco elettronico, traducendola direttamente nella realtà concreta, senza avere alcuna consapevolezza morale della gravità dell'atto che stavano compiendo.

Se queste sono alcune dinamiche formative del tutto generali, non possiamo derivare da esse che la tv sia uno strumento nocivo per tutti i ragazzi.

Sembra essere ancora valida l'affermazione di Schramm<sup>12</sup>: per alcuni bambini in alcune condizioni la televisione è nociva. Per altri nelle stesse condizioni o per altri in altre condizioni è benefica. Per la maggior parte dei bambini, la maggior parte dei programmi televisivi non sono né nocivi né benefici.

Questo significa che il **contesto familiare e sociale è determinante** nel fare dei programmi televisivi un'opportunità formativa o un'occasione diseducativa.

Certamente ciò significa insegnare ai propri figli un uso equilibrato dello strumento, saperlo spegnere al momento opportuno, saper ben calibrare i tempi della tv, con quelli dei compiti e del gioco in famiglia e con gli amici.

Molto influente nella vita dei bambini risulta essere la pubblicità a loro rivolta: la pubblicità, soprattutto quella dei giocattoli che ritrae personaggi dei cartoni animati viene presentata come prova di realtà, così l'acquisto diviene il viatico per raggiungere una dimensione della vita altrimenti raggiungibile solo con l'immaginazione.

Il messaggio diventa chiaro: la felicità è una cosa che si può comprare.

Il possesso dei giocattoli per i più piccoli e i vestiti per gli adolescenti divengono fattore discriminante per la partecipazione a gruppi amicali, scatenando un'ansia imitativa che non ha precedenti per intensità e diffusione. Anche in questo caso è fondamentale il **ruolo educativo dei genitori**, teso a relativizzare l'importanza



## **Educare alla comprensione del punto di vista altrui, in ogni tipo di comunicazione, significa mettere in azione quei filtri razionali, che permettono di interpretare i messaggi provenienti dai media**

dell'adeguamento ai modelli esteriori.

Le sfide formative poste dalla televisione devono interrogare anche la scuola.

In primo luogo è necessaria un'azione di resistenza culturale alla deriva mediatica centrata sul concetto di **"insegnare ad imparare"**. A chi pensa che una scuola è all'altezza dei tempi se contiene tutte le ultime novità della formazione, dagli strumenti tecnici alle materie più recenti, noi rispondiamo che l'obiettivo primario della scuola è che i bambini e i giovani imparino, ognuno al livello della propria età, come si fa ad imparare. Imparino cioè un **metodo di studio e una curiosità critica** che poi li accompagneranno nelle acquisizioni culturali e personali di tutta la vita. A questo si aggiungano alcuni **saperi irrinunciabili**, capaci di costituire un fondamento sintetico e saldo su cui appoggiare i futuri mattoni della conoscenza. L'apprendimento della morfologia e sintassi della lingua, la conoscenza di almeno una lingua straniera, la conoscenza logico-deduttiva della matematica e delle scienze, il senso della storia e della geografia: sono ancora questi i saperi irrinunciabili.

Certamente questo non significa che la scuola non debba confrontarsi con le nuove forme della comunicazione mediatica ed interattiva.

Dai giornali, al cinema, dalla televisione ad internet la scuola ha il compito di fornire alcuni criteri interpretativi di questi media e promuoverne un uso equilibrato.

È necessaria una conoscenza anche tecnica di come funziona il mezzo, di come e quanto selezioni la realtà circostante: i bambini e i ragazzi devono rendersi conto che l'immagine televisiva non è oggettiva, non riassume tutta la realtà, ma in qualche modo la telecamera è un filtro riducente e selezionante secondo il punto di vista scelto dall'operatore.

Educare alla comprensione del punto di vista altrui, in ogni tipo di comunicazione, significa mettere in azione quei **filtri razionali**, che permettono di interpretare i messaggi provenienti dai media.

Insegnare a leggere i giornali, ad orientarsi usando la propria capacità critica nel mare magnum della rete

virtuale, formare un **gusto estetico** sia nella letteratura che nel cinema, sono compiti che la scuola deve affrontare.

Attraverso questa **educazione all'ascolto** e rispetto delle parole altrui, e alla comunicazione adeguata del proprio pensiero, sorretta dalla conoscenza delle specificità di ogni strumento, la scuola è in grado di influire notevolmente sui meccanismi culturali, promuovendo il protagonismo del soggetto.

Questo è già un primo passo per una **educazione alla cittadinanza** che oggi non può più essere ridotta all'ora settimanale di educazione civica (peraltro disattesa), ma deve essere concepita come apertura comunicativa fondata sulla capacità di ascolto e di selezione critica, sull'interesse verso il mondo e verso tutto ciò che è prossimo, sulla sensibilità all'arte e al bello, sulla creatività e il protagonismo personale.

Tale apertura comunicativa, che diviene matura **capacità di dialogo**, è un efficace antidoto alla contrapposizione tra le diversità culturali che oggi convivono in un'Italia sempre più terra di immigrazione. In questo senso primario obiettivo di tutte le scuole, pubbliche e private, dovrebbe essere quello di **promuovere la conoscenza e il dialogo tra le diversità culturali e religiose**.

### **3. Università e cultura**

L'interesse e la preoccupazione per l'università, che nasce dal nostro vivere e occuparci di essa nel quotidiano, ci spinge ad una domanda provocatoria, che potrà sembrare eccessivamente dura: **l'università italiana fa ancora cultura?**

Ciò che ha sempre caratterizzato l'università è di essere il punto più alto dell'organizzazione istituzionale di un sapere che aveva le sue radici nella cultura diffusa dei popoli e che a sua volta contribuiva a forgiare tale cultura.

L'università è stata feconda nella storia quando ha saputo favorire un intimo legame tra i pensieri alti delle filosofie, delle ideologie e delle scienze e i movimenti della cultura diffusa, dell'economia, della società, in una parola della storia.



Se ciò che si muove nelle sfere del pensiero non arriva a **muovere anche la realtà**, non arriva a condizionare le idee, i comportamenti, il costume, le strutture di una società, l'università perde il suo ruolo fondamentale di punto di riferimento della società.

Certo non pensiamo ad un legame diretto e funzionale tra pensiero e azione, tra ideologia e trasformazioni sociali, ma pur attraverso una catena di mediatori e una serie di possibili mescolamenti, contaminazioni e retroazioni, il sapere universitario deve informare la mentalità comune, deve **modificare i contesti concettuali** di una generazione, preparando quei cambiamenti che la generazione successiva realizzerà.

Questa vitalità del sapere universitario è oggi in crisi: l'università oggi in Italia, ma forse anche nel mondo occidentale, **non fa più cultura**. È un'affermazione dura ed estrema, ce ne rendiamo conto, ma riteniamo che sia arrivato il momento di non pesare al bilancino tutte le parole, di dire chiaramente quali sono i rischi che stiamo correndo, cercando di dimostrare le nostre affermazioni.

Non siamo mai stati contrari alla **riforma universitaria**, che oggi è in vigore in tutte le università italiane: una riforma dell'università nella direzione indicata dalla dichiarazione di Bologna, in cui le università italiane s'impegnavano ad istituire un livello intermedio prima inesistente, era **doverosa** per tanti motivi che non vale la pena elencare.

Noi non vogliamo fare della riforma il capro espiatorio di mali che hanno radici ben più profonde, e che anzi la riforma avrebbe potuto contribuire ad estirpare, pur correndo qualche rischio. Sta di fatto che questi rischi si sono puntualmente verificati, non tanto per difetti legislativi, quanto soprattutto per una più **prosaica mancanza di risorse**, in primo luogo finanziarie.

Oggi rischiamo di produrre un'università in cui la separazione netta tra laurea triennale e specialistica fa da specchio ad una radicale separazione tra percorsi professionalizzanti e percorsi culturali e scientifici avanzati, che infine è una **separazione tra didattica e ricerca**. I due poli, didattica e ricerca, dalla cui

compresenza e relazione nasce l'identità universitaria si stanno separando e di conseguenza stanno **estremizzando il loro ruolo**.

Da una parte abbiamo un'università popolare che fornisce alcuni minimi fondamenti culturali e scientifici connessi ad un profilo professionale specifico, funzionale ad una serie di bisogni del mercato. Dall'altra un'università elitaria che proietta lo studente nel mondo della ricerca.

In questa **forbice che progressivamente si allarga** tra una formazione professionalizzante svuotata di elementi

**Oggi rischiamo di produrre un'università in cui la separazione netta tra laurea triennale e specialistica fa da specchio ad una radicale separazione tra percorsi professionalizzanti e percorsi culturali e scientifici avanzati, che infine è una separazione tra didattica e ricerca**

culturali e scientifici di rilievo, e una formazione alla ricerca già orientata in ambiti specialistici si colloca il grave rischio di un'università che perde l'occasione di diventare capace di creare **cultura diffusa**.

Tanti elementi concorrono ad allargare la forbice: un sapere sempre più frammentato, settoriale e specialistico, un predominio culturale delle discipline tecniche a discapito di quelle scientifiche e umanistiche, una concezione "funzionalistica" del ruolo sociale dell'università, lo scarsissimo investimento dei docenti in una didattica capace di integrare meglio cultura e tecnica, ricerca e professione, gli altrettanto scarsi investimenti finanziari ecc...



**La via lunga della formazione culturale diffusa si impone come l'unica via percorribile perché l'università riacquisti un ruolo autorevole ed autonomo nella storia e nella cultura del nostro Paese: è una sfida che si gioca tutta "dentro" i percorsi di base, le cosiddette lauree di primo livello**

L'università elitaria pensata da Gentile faceva cultura perché l'impostazione ideologica del sapere, nel modello idealista, ha forgiato tutte le classi dirigenti italiane del XX secolo, influenzando così fortemente nella storia e cultura del nostro Paese, in una società in cui i meccanismi culturali procedevano per effetto di **mediazioni successive**, attraverso i tradizionali luoghi della cultura come salotti, giornali, riviste ecc... e tra questi anche le aule universitarie.

Oggi le principali arene nelle quali si forma il costume, la cultura diffusa, l'opinione degli italiani sono i **salotti mediatici**, i *talk-show*, i telegiornali, i programmi televisivi, che realizzano un contatto diretto con un utente culturalmente livellato verso il basso con modalità comunicative tali che l'argomentare pacato e riflessivo del docente universitario può al massimo garantirgli un ruolo di **"consulente tecnico"**.

Di fronte alla potenza e pervasività dell'ambiente mediatico un'università elitaria non avrebbe grandi capacità di influire sulla cultura diffusa.

Certamente, in astratto, potremmo pensare ad un'università elitaria in grado di formare intellettuali che conoscono le regole del "gioco comunicativo" e quindi in grado di valersene a proprio vantaggio per "convincere" e "formare" il grande pubblico. Tale scorciatoia, oltre ad essere paternalistica e moralmente inaccettabile,

significherebbe il protrarsi dei mali della società post-moderna: una società in cui la comunicazione, concepita come induzione di bisogni e controllo delle persone, diviene il principale veicolo di dominio da parte di un potere autoritario.

Riteniamo che oggi l'università, per non diventare serva degli interesse di altri centri di potere o condannarsi ad una insignificanza culturale, debba porsi l'esplicito obiettivo di **formare una classe media** nel mondo delle professioni e della cultura, ritrovando così la propria identità in un **rapporto aperto ed equilibrato con la società**.

La via lunga della formazione culturale diffusa si impone come l'unica via percorribile perché l'università riacquisti un ruolo autorevole ed autonomo nella storia e nella cultura del nostro Paese: è una sfida che si gioca tutta **"dentro" i percorsi di base**, le cosiddette **lauree di primo livello**.

Qui l'università non deve fare gli errori che la scuola ha fatto nel '68: agli italiani, che chiedevano cultura, si è risposto regalando diplomi. Se tre anni devono bastare per formare un professionista a un certo livello, le sue competenze culturali devono essere adeguate a rendere la sua **professionalità all'altezza dei cambiamenti** che il rapido progresso impone. Questo significa in primo luogo tre cose.

La prima è che i corsi di laurea triennale devono conservare un certo **grado di generalità**, non caratterizzandosi per esigenze eccessivamente specifiche: la proliferazione dei corsi di laurea che si sta verificando rischia di andare in direzione del tutto opposta.

La seconda è che non è pensabile che il numero di materie dei 5 anni del vecchio ordinamento rimanga inalterato nei tre anni del nuovo: è necessaria una **selezione dei saperi fondamentali**, che diano la necessaria base culturale alla discipline più tecniche e applicative. Certo questo significa stabilire una **gerarchia di discipline**, significa tagliare dalle triennali alcune discipline, significa scontentare qualcuno...





La terza è che l'università non può risolvere tutti i guai della scuola superiore, e che **una triennale ben fatta, non è una laurea di scarsa qualità** o più facilmente conseguibile, è semplicemente il primo livello di un corso di studi universitari impegnativo e rigoroso. Se questo significa riproporre il problema dei fuori-corso, per le carenze logiche, linguistiche e culturali maturate alla scuola secondaria, ad esse non si deve rispondere abbassando il livello dell'istruzione, ma predisponendo ulteriori strumenti di recupero, da non lasciare all'arbitrio dei privati...

Un ulteriore accenno ci piace farlo sul rapporto università-territorio. Riteniamo che gli atenei debbano ritrovare una nuova capacità di comunicare alla società, a partire dal contesto territoriale in cui sono inseriti. Questo significa non limitare la propria comunicazione alle campagne pubblicitarie e di marketing per attirare gli studenti: se l'università vuole ridiventare un punto di riferimento per la società deve essere in grado di spendere una parola sui problemi complessi del territorio, acquistando una maggiore autorevolezza presso l'opinione pubblica.

Questo significa anche educare gli studenti e i ricercatori a **coniugare il rigore formale del linguaggio tecnico**

**Se l'università vuole ridiventare un punto di riferimento per la società deve essere in grado di spendere una parola sui problemi complessi del territorio, acquistando una maggiore autorevolezza presso l'opinione pubblica**

**con una maggiore capacità divulgativa:** la cura del linguaggio diviene un fattore discriminante se si vuole che, al di là delle ristrette cerchie degli esperti, certe acquisizioni scientifiche e culturali possano avere maggiore diffusione e innervare la società.

#### ■ 4. Comunicazione, politica e territorio

Per analizzare quale sia oggi il rapporto fra i partiti politici e il potere comunicativo non si può prescindere da una riflessione sul territorio e da qualche cenno storico. Da sempre infatti i mass media sono stati utilizzati dal potere politico quale **strumento nevralgico di controllo** e formazione dell'opinione pubblica.





Fin dal Ventennio fascista la mobilitazione della popolazione fu garantita da un massiccio ed efficace utilizzo degli **strumenti mediatici più evoluti** di allora: era ben chiaro quanto il controllo dei mezzi di comunicazione e il ricorso alla censura fossero indispensabili al potere totalitario.

Con il crollo del fascismo ed il ritorno in Italia della democrazia e del pluralismo partitico, il controllo della politica sull'informazione diminuisce notevolmente, ma resta preponderante: **l'emittente pubblica RAI**, che inizia le sue trasmissioni televisive esattamente 50 anni fa, oltre a rappresentare un potente strumento di omogeneizzazione culturale del Paese diviene anche progressivamente terreno di lottizzazione politica. I principali partiti, strutture di grandi dimensioni, capillarmente diffuse, hanno spazi ponderati nell'azienda radiotelevisiva di Stato e organi di stampa propri. Proviamo ora a rintracciare alcuni elementi caratterizzanti dei partiti della Prima Repubblica, rispetto a cui le strutture partitiche odierne presentano tendenze innovative.

1) Innanzitutto il **rapporto con il territorio**, luogo di presenza e di mobilitazione dei partiti e delle associazioni ad essi connesse. In tutta la Prima Repubblica il radicamento nel territorio è determinante per sancire vittorie e sconfitte; ma lo è in misura molto minore quando si tratta di elaborare **strategie e programmi**, i quali restano appannaggio degli organi nazionali. Questo schema si attenua a partire dal 1970 con le prime elezioni regionali: con esse la DC si propone come **"cerniera"** fra governo centrale e amministrazioni locali, mentre l'opposizione comunista tende a presentarsi più come partito della **buona amministrazione locale**, soprattutto nelle regioni di maggiore radicamento. Questa seconda valenza del territorio, come sede di amministrazione e governo della comunità, prenderà lentamente piede rispetto alla prima. Negli anni Novanta la modifica della **legge elettorale** in senso **maggioritario** e la contestuale **elezione diretta dei sindaci**, frutto della mobilitazione della società civile,



**Fare informazione oggi significa avere fra le mani un potere enorme: significa poter descrivere la realtà, forgiarla, far esistere o non far esistere. I media oggi in-formano nel preciso senso di dare una certa forma alla realtà**

intendevano ridimensionare il peso delle segreterie di partito nella scelta dei candidati, riferendoli maggiormente al territorio.

Un fortissimo legame col territorio, nuovo per la sua valenza, è quello portato avanti, a partire dagli anni Ottanta, dalle **leghe settentrionali**. Unificate da Bossi nella Lega Nord, propongono per la prima volta in Italia un uso simbolico del territorio come riferimento dell'identità politica e culturale.

Diverso invece il modo di vivere il territorio che si afferma negli ultimi dieci anni con "Forza Italia". Si tratta, almeno agli **inizi**, di un vero e proprio **partito senza territorio**, che basa le proprie fortune elettorali sulla potenza mediatica e su una figura di leader carismatico. L'inversione di tendenza rispetto ai partiti classici è netta: il radicamento sociale pare non essere più condizione indispensabile per fare politica.

Non crediamo tuttavia né nell'irreversibilità, né nella fecondità di tale scelta strategica: la stessa "Forza Italia" si è trovata a dover fare i conti con la **necessità di un radicamento territoriale** della propria struttura.

2) Anche le **piazze**, luoghi cruciali e simbolici per la partecipazione politica, con il passare degli anni si riempiono e si animano secondo forme e modalità fortemente differenti.

Le piazze fino al '68 erano espressioni della mobilitazione e della propaganda politica, quasi una continuazione dell'attività dei partiti con altri mezzi. Comizi, feste, manifestazioni e cortei rientravano appieno nelle strategie partitiche. Negli ultimi 30 anni invece,

progressivamente, tale legame si attenua.

Il biennio '68-'69 con le contestazioni studentesche ed operaie, segna la novità delle prime manifestazioni di piazza **al di fuori o anche contro il sistema partitico** (anche l'opposizione di sinistra è investita dall'ondata di contestazioni e manifestazioni). L'escalation della violenza armata degli estremismi di destra e di sinistra portano ad una erosione della partecipazione, segnata simbolicamente dalla marcia dei 40mila capi della FIAT a Torino nel 1980. Nei primi anni Novanta eventi eccezionali come la vicenda Mani Pulite e le uccisioni di Falcone e Borsellino, provocano un'ondata di mobilitazione spontanea non diretta dai partiti. Addirittura nella vicenda di Tangentopoli è il sistema partitico stesso ad essere oggetto della contestazione. Ritroviamo, accentuato, il dato dell'estraneità della piazza al partito nel caso dei movimenti *no (o new) global*, per la pace e nei "girotondi". I partiti rincorrono (talvolta con affanno) tali movimenti, non riescono ad intercettarne appieno le istanze. Non riescono a tradurle in progettualità politica.

3) Infine ci sembra che anche la formazione politica abbia subito una trasformazione radicale negli ultimi anni. Le classi dirigenti di DC e PCI venivano formate dai partiti stessi, che si servivano a tal fine delle rispettive associazioni giovanili, ma anche di vere e proprie scuole di partito (ad es. la Frattocchie per il PCI), dei sindacati e di associazioni collaterali. Oggi pare invece che i partiti investano sempre meno nella **formazione interna dei giovani**, stanziando di contro sempre più risorse a favore di strategie comunicative che possano risultare vincenti

**C'è il rischio serio di un'assuefazione alla personalizzazione della politica, al riemergere di populismo, qualunquismo e di particolarismi xenofobi**



**Un'informazione che ha a cuore  
l'emergere delle vere questioni  
sociali è un'informazione  
che necessariamente  
non concepisce se stessa  
come spettacolo,  
ma come servizio al prossimo,  
vicino o lontano che sia**

nell'immediato.

I momenti di democrazia interna perdono significato a fronte di un forte **decisionismo centralistico** della leadership: si configurano dunque oggi **partiti "a dimensione aziendale"**, dove la militanza, la partecipazione e il confronto vengono sostituiti da una concezione "padronale" dello strumento partito. C'è la necessità di ridare spessore alla classe dirigente facendola **uscire dalle sacche della cooptazione**.

#### *Problemi e prospettive*

Crediamo che tali trasformazioni possano essere utili per mettere a fuoco alcuni problemi che oggi il rapporto fra comunicazione e democrazia presenta in Italia.

Il primo è tutto italiano: contingente ma non per questo meno allarmante, esso è rappresentato dal fatto che manchi ancora una legge adeguata per risolvere il cosiddetto "**conflitto di interessi**". Una soluzione a tale problema è quanto mai urgente, tanto più che nel sistema televisivo pubblico le vecchie logiche della lottizzazione partitica stanno ormai portando la RAI sempre più vicina alla paralisi aziendale.

Il secondo è un problema di contenuti. C'è il rischio serio di un'assuefazione alla personalizzazione della politica, al riemergere di populismo, qualunquismo e di particolarismi xenofobi. La doverosa attenzione per gli atavici problemi strutturali del nostro sistema informativo

non deve distrarre dai contenuti che esso, comunque, veicola. Riprendere in mano con serietà la nostra **Costituzione** potrebbe essere un modo adatto per **riscoprire regole e valori** su cui basare la convivenza e il confronto politico.

Questo per contrastare anche il terzo rischio, quello della deriva mediatica che potrebbe trascinare i nostri partiti in una atomizzazione dell'elaborazione politica, e in una caccia allo slogan nel tentativo di accattivare l'opinione pubblica. La fine delle ideologie, infatti, con la salutare scomparsa di contrapposizioni aprioristiche tra schieramenti, apre il campo ad una banalizzazione della politica, il cui linguaggio tende sempre più a toccare le sole **corde dell'emozionalità**. È necessario porre nuova cura alla formazione politica delle nuove generazioni, cominciando da una seria educazione civica nelle scuole, fino a dotare i partiti di una struttura leggera e democratica che operi una sana formazione interna.

#### *Per una cultura della prossimità*

Negli ultimi anni, nuovi fermenti di partecipazione stanno coinvolgendo molti giovani. Cogliamo le potenzialità positive di tale fermento, ma riteniamo anche che la mobilitazione abbia insiti due rischi. Il primo sta nell'emozionalità di tali eventi che non si traducono poi in **tempo ordinario di impegno**; il secondo sta nella diffidenza verso la politica e i partiti come luoghi in cui svolgere tale impegno ordinario.

Crediamo che, ora più che mai, è necessario cercare promuovere una **cultura della prossimità** intesa come impegno a (ri)tessere le trame di solidarietà che legano le nostre comunità e i nostri ambienti. Occorre un'attenzione politica che coniughi la cura per il prossimo vicino risvegliatasi con l'affermarsi del volontariato, a quella per il prossimo lontano di cui la bandiera della pace è un efficace simbolo. A questo oggi la FUCI deve sentirsi chiamata.

#### ■ **5. Le responsabilità del giornalista**

Abbiamo più volte sottolineato quanto la comunicazione mass-mediatica sia strutturalmente pervasiva, vale a dire



capace di imporsi e di rendere più seducenti i messaggi che intende far passare. È chiaro che tali potenzialità ci interpellano non solo ad una presa di coscienza, ma ad una assunzione di responsabilità.

Fare informazione oggi significa avere fra le mani un potere enorme: significa poter **descrivere** la realtà, forgiarla, far esistere o non far esistere. I media oggi informano nel preciso senso di **dare una certa forma alla realtà**, di interpretarla secondo modalità che tendono poi di fatto ad escludere dalla percezione tutto il resto.

Ma chi governa oggi questo potere? Chi sceglie quali informazioni debbano essere trasmesse e quali debbano invece restare nell'ombra?

Spesso le redazioni e i giornalisti lavorano su **materiali già elaborati dalle agenzie**, forniti da grandi reti di banche dati. Attraverso le cinque più grandi agenzie di stampa passa almeno l'80% delle notizie diffuse nel mondo. Essendo tali agenzie l'occhio privilegiato dell'Occidente sul mondo, le informazioni da esse diffuse mantengono una ben precisa linea di interesse. È facile che attraverso questa strada si determini quella colonizzazione culturale che rappresenta a nostro avviso un aspetto non secondario della globalizzazione.

Il dato significativo è che però le questioni che riguardano il Sud del mondo non scompaiono del tutto: se sono state definitivamente marginalizzate dall'informazione 24 ore su 24 o relegate alla stampa di settore, ricompaiono però sui grandi media sotto la **forma dell'intrattenimento**. **Commuovono, indignano. Ma paralizzano.**

Non andando alle cause dei problemi finiscono per assuefare lo spettatore ad una violenza talmente distante da risultare parte di un altro mondo rispetto al nostro (il terzo, appunto) capace di scatenare al massimo **solidarietà da spettacolo**. Un tale modo di fare informazione spezza il vincolo di reciprocità che dovrebbe essere essenza di un comunicare che sappia farsi dialogo.

"Io tratto il prossimo come un oggetto quando lo tratto come un assente, come un repertorio di dati di cui servirmi o come uno strumento a mia discrezione;

quando lo catalogo arbitrariamente, ciò che, ad essere precisi, significa disperare di lui. Trattarlo come un soggetto, come un essere presente, significa riconoscere... che è inesauribile, colmo di speranze e che, egli solo, può disporre delle sue speranze: significa fargli credito. Disperare di lui significa renderlo disperato."<sup>13</sup>

Abbiamo dunque dei doveri verso chi è ai margini del mondo globalizzato. Abbiamo però anche delle

**È la società civile organizzata a dover spingere affinché i media, assieme alla politica, al diritto e all'economia siano specchi autentici delle sofferenze, dei bisogni e delle prospettive della società.**

opportunità inaudite. La moltiplicazione dei mezzi di comunicazione e la loro accresciuta potenza possono favorire la conoscenza della verità e del bene dell'uomo: possono creare legami, illuminare, comunicare la bellezza e l'importanza di alcune esperienze. Possono essere **specchio privilegiato attraverso cui la società prende coscienza di sé**, delle ingiustizie, delle miserie, dei fronti su cui è prioritario intervenire.

Quando parliamo di "specchio" non intendiamo dire che la realtà è descrivibile in modo univoco. Ogni descrizione mette a fuoco alcuni aspetti e non altri, è espressione di uno sguardo particolare sul mondo, interpreta. Questo però non significa che non possa esserci una sorta di obiettività nelle descrizioni, se intendiamo per obiettività il mettere al corrente chi ascolta o legge di come sia relativo ciò che è raccontato, esplicitando fonti, materiale raccolto e punto di vista: "si tratta di sostituire alla cultura di un'asettica





presunta obiettività una **cultura del punto di vista**"<sup>14</sup>.

Se chi fa informazione recuperasse il coraggio e il senso di un lavoro che è missione, i grandi media potrebbero davvero costruire una coscienza collettiva diffusa e autentica, consapevole di essere inserita in **processi non meccanici** o autoregolantesi, ma determinabili attraverso **scelte e opzioni politiche**.

In questo senso avere il coraggio di promuovere un modo di comunicare responsabile significa rifiutare di livellare sempre al ribasso la qualità del prodotto mediatico, nel tentativo di rispondere ai gusti medi del maggior numero possibile di persone. Esiste, a fianco a quello che potremmo definire un *universale statistico*, cioè un minimo comune denominatore fra le preferenze delle persone, un **universale artistico**. L'arte, il bello, devono rientrare fra i criteri con cui si scelgono i prodotti della comunicazione. Senza correre il rischio di essere utopici, ci piace immaginare che **l'arte sia ancora in grado di coinvolgere e conquistare**.

È chiaro inoltre che, almeno per quanto riguarda il fare informazione, valorizzare la funzione di specchio sociale dei media significa sganciarsi dalle logiche che costringono ad intendere anche il fruitore del tg come *target*, come bersaglio da colpire e conquistare e a sottostare alle leggi dure dell'audience. Un'informazione che ha a cuore l'emergere delle vere questioni sociali è un'informazione che necessariamente non concepisce

se stessa come spettacolo, ma come servizio al prossimo, vicino o lontano che sia. È un'informazione che parla dei bisogni, delle esigenze del tessuto sociale, dei problemi, distogliendo la telecamera da polemiche sterili, *gossip* e mostri da prima pagina.

Crediamo che tutti coloro che hanno responsabilità nel mondo dell'informazione debbano provare a dar vita ad una comunicazione mass-mediatica capace di viaggiare sul **doppio binario** di un'etica che da un lato veda nei valori di libertà e pluralismo e nel diritto all'informazione i propri principi fondativi, e dall'altro tenga presente anche le conseguenze che l'informazione può avere sulla società. Auspichiamo insomma una comunicazione consapevole di avere come interfaccia, tanto invisibile quanto reale, milioni e milioni di bambini e adolescenti da far crescere, deboli e emarginati da recuperare alla coscienza comune, cittadini, uomini e donne normali. **Persone**, non numeri da conquistare al mercato.

#### ■ 6. Corpi intermedi e associazioni: per un pluralismo nella comunità

Pur facendo appello alla responsabilità di chi in prima persona lavora nel mondo della comunicazione, sappiamo che la realizzazione di un cambiamento del modo in cui i media si propongono come strumenti di rispecchiamento sociale non è delegabile a singoli. È la **società civile organizzata** a dover spingere affinché i



media, assieme alla politica, al diritto e all'economia siano specchi autentici delle sofferenze, dei bisogni e delle prospettive della società.

Realizzare questo cambiamento significa innanzitutto ritornare a fare i conti con il tema della libertà, come fondamento di ogni comunità e di ogni rete di società civile.

«Come l'aria è la condizione perché i polmoni respirino, così la libertà è l'elemento in cui solo possiamo **interpretare, comunicare, agire, amare**. Si comprende allora che la libertà non è soltanto il potere di scegliere, ma è, in radice, **partecipare originalmente al bene**».<sup>15</sup>

La comunicazione mass-mediatica, facendoci sentire inseriti in un villaggio globale tanto piccolo quanto non a portata di mano, rischia di farci **perdere il contatto con il territorio** in cui concretamente siamo. Per non sentirci sradicati, per non percepire il nostro agire come ininfluente, abbiamo bisogno di appartenere, di mettere a servizio, di tessere legami.

Dobbiamo far sì che la voglia di partecipare che ha spinto in questi ultimi anni milioni e milioni di giovani nelle piazze a difendere valori di pace e di solidarietà passi attraverso un più lento **gettare radici**, un più impegnativo (re)imparare la comunità: imparare a fare spazio, a coinvolgere, "a scoprire, a incontrare, a rispettare, a riconoscere, ad amare senza violenza, a **organizzare la vita comune** in modo che la violenza stessa sia prevenuta, smascherata, tenuta a distanza, superata."<sup>16</sup>

Si tratta di fare leva su **reti**, strutture associative, luoghi d'incontro già esistenti, per **far maturare una coscienza collettiva**.

Crediamo che ciò oggi possa passare culturalmente e concretamente attraverso il recupero della categoria prepolitica della **fraternità**, capace di dare senso e vigore ad uno stare accanto spesso letto mediante il filtro opaco della tolleranza. Crediamo però in una fraternità che non dimentichi una prioritaria e contestuale dimensione di "**paternità**", di recupero delle radici, di vera conoscenza delle identità. Ci pare invece che oggi le identità o siano recuperate come bandiere per legittimare

**Esercitandoci al dialogo  
dentro la Chiesa, un dialogo capace  
di far confrontare le differenze  
dentro una unità superiore,  
fondata sul mistero  
della comunione ecclesiale,  
saremo più capaci  
e pronti anche  
a entrare in dialogo con il mondo**

contrapposizioni o accantonate in quanto possibili fonti di divisione. Vogliamo invece che il tessuto civile organizzato si faccia promotore di una conoscenza dell'altro e di una narrazione di sé che solamente può consentire poi un dialogo autentico. Troppo spesso oggi le associazioni, anche cristiane, si barricano dietro atteggiamenti lobbistici di chiusura e di contrapposizione ideologica: incapaci di dare a piene mani, consumiamo dentro circoli chiusi il pasto magro di un'amicizia escludente. Le identità al contrario vanno cercate e rese feconde, conosciute e riconosciute, **messe in dialogo** e quindi a disposizione di un bene comune comunemente identificato come tale.

Questa ci pare la strada per un sano pluralismo che non dimentichi la dimensione della comunità.

Crediamo infatti che una comunità senza un'idea, condivisa e maturata nel confronto, rispetto al bene comune sia una comunità che non può trovare motivi sufficienti per farsi carico dei pesi della giustizia sociale. Nasce da qui probabilmente la crisi di legittimità delle democrazie liberali: lo Stato mi chiede sacrifici, ma, con un tessuto sociale così frammentato, io ho in comune sempre meno cose con i beneficiari di questi sacrifici.

Concretamente allora occorre rafforzare tutti quei momenti di formazione e confronto inter-associativi, esplicitandoli in una dimensione pubblica. Nel mondo dell'associazionismo cattolico in particolare trovare tali



**È necessario porre nuova cura  
alla formazione politica delle nuove  
generazioni, cominciando  
da una seria educazione civica  
nelle scuole, fino a dotare i partiti  
di una struttura leggera  
e democratica che operi  
una sana formazione interna**

occasioni significherebbe dare un'importante **testimonianza di unità** e contribuire alla costruzione o alla traduzione pubblica di una coscienza e di una cultura comune, di un'opinione pubblica anche all'interno della Chiesa.

Se i corpi intermedi della società riuscissero a trovare tali sinergie potrebbero inoltre spingere affinché i produttori di informazione svolgano il loro lavoro nella direzione di un sempre maggiore servizio di rispecchiamento sociale. La società civile organizzata deve essere in grado di svolgere la funzione di interlocutore autorevole dei media rispetto alle questioni che riguardano la società e il territorio.

La **scelta religiosa** oggi non può non passare attraverso la scelta di radicarsi nella dignità delle persone. Condividere il cammino degli ultimi deve recare con sé un impegno alla traduzione comunicativa della dignità umana, che significa **"dare voce a chi non ha voce"**, dire con forza con quali miserie continuiamo a convivere, con l'autorevolezza di chi non ha altri obiettivi che **difendere la dignità dell'uomo**.

## ■ 7. Chiesa e mass-media

L'attenzione e l'impegno che la Chiesa italiana ha riservato ai mass-media è documentata sia dai più recenti convegni, come **Parabole mediatiche**, organizzato dal Progetto Culturale della C.E.I.<sup>17</sup>, sia dal lavoro della Commissione Episcopale per le Comunicazioni Sociali, sia ancora dall'impegno concreto dei tanti operatori della comunicazione nel mondo dei media cattolici, da *Avvenire* ai settimanali diocesani, da *Sat 2000* all'agenzia SIR, alle tante radio e tv diocesane.

È un rifiorire di attività e lavoro operoso, che attua nel concreto ciò che già auspicava il documento conciliare *"Inter mirifica"*, affermando la necessità di utilizzare gli strumenti mediatici per l'evangelizzazione e al contempo mettendo in guardia rispetto al «modo di agire proprio di ogni strumento, alla sua forza di suggestione, che può essere tale che gli uomini, soprattutto se insufficientemente preparati, riescano con difficoltà ad avvertirla, a dominarla e quando

occorresse, a respingerla».

Così il documento pone l'accento sui doveri dei fruitori e degli autori, e sulla loro formazione ad una ricezione e ad un uso moralmente corretto, che presuppone una **conoscenza tecnica** dell'influenza che la struttura del medium ha sulla tipologia del messaggio.

Paolo VI, nell'esortazione apostolica *Evangelii Nuntiandi* afferma che i mass-media possono costituire una versione moderna ed efficace del pulpito, ma che il messaggio evangelico, pur rivolto a folle di uomini, dovrebbe avere «la capacità di **penetrare nella coscienza di ciascuno**, come se questi fosse l'unico, con tutto ciò che egli ha di singolare e personale e di ottenere a proprio favore un'adesione, un impegno del tutto personale».

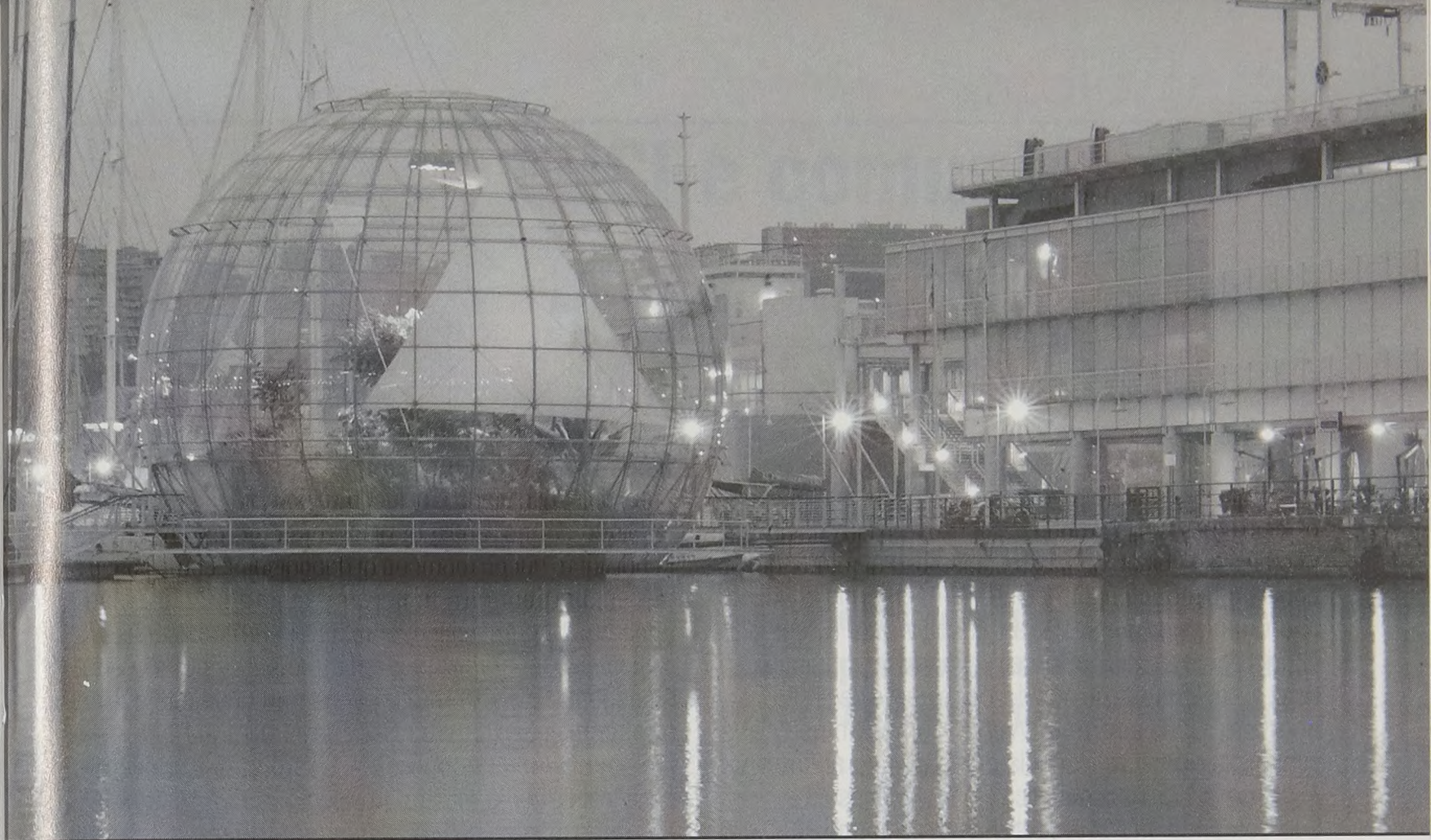
Al paragrafo 46 sottolinea poi come per l'evangelizzazione sia comunque indispensabile la dimensione del contatto personale. Dunque il supporto tecnologico crea opportunità nuove di comunicazione, ma ponendo se stesso come **filtro "strumentale"** della comunicazione, diviene inevitabilmente incapace di sostituirsi completamente al rapporto diretto.

Con i limiti dovuti alla mediazione dello strumento, i mass media hanno sempre posto una sfida importante per l'Evangelizzazione, che la Chiesa ha affrontato prontamente grazie anche al lavoro di alcuni pionieri come, ad esempio, don Alberione, il fondatore dell'ordine dei Paolini.

Al di là delle iniziative particolari di chi ha una specifica vocazione all'ambito delle comunicazioni, è necessario acquisire, come Chiesa, l'abitudine ad **aprire le proprie esperienze di comunità** ecclesiale agli altri, diventare capaci di parlare di sé nel modo e nel momento giusto, acquisendo anche le necessarie competenze tecniche, promuovendo una mentalità più aperta e più disponibile all'informazione e alla comunicazione, a partire dalle comunità parrocchiali.

Le nostre comunità locali sono ricche di esperienze interessanti nate dal discernimento sulle criticità e i bisogni del territorio in cui sono inserite, con l'obiettivo di curare e





testimoniare concretamente la dignità delle persone. Costituiscono un **tessuto vitale** di comunità solidali e aperte, ricche di spiritualità e di attenzione concreta alle persone e alla vita del territorio più prossimo.

Questa vita rimane forse eccessivamente nascosta agli occhi dei più: la parola di Gesù ci richiama al nostro compito "Voi siete la luce del mondo; non può restare nascosta una città collocata sopra un monte, né si accende una lucerna per metterla sotto il moggio, ma sopra il lucerniere perché faccia luce a tutti quelli che sono nella casa. Così risplenda la vostra luce davanti agli uomini perché vedano le vostre opere buone e rendano gloria al vostro Padre che è nei cieli" (Mt. 5,14-16).

Oggi poi abbiamo una consapevolezza maggiore della vastità e della portata del fenomeno mediatico, che è innanzitutto di tipo culturale: come afferma la *Redemptoris missio* – enciclica di Giovanni Paolo II – al n. 37 «l'evangelizzazione stessa della cultura moderna dipende dal loro (dei media) influsso».

Siamo più consapevoli che i media non costituiscono solo un'opportunità strumentale nuova per comunicare il Vangelo, ma che sono entrati appieno nei meccanismi di formazione della cultura e dell'ethos condiviso dei popoli, e quindi pongono una sfida prima di tutto culturale all'evangelizzazione. Infatti come afferma l'*Evangelii Nuntiandi* "Lo scopo dell'Evangelizzazione è appunto questo cambiamento interiore [...], raggiungere e quasi sconvolgere mediante la forza del Vangelo i criteri di giudizio, i valori determinanti, i punti di interesse, le linee

di pensiero, le fonti ispiratrici e i modelli di vita dell'umanità, che sono in contrasto con la parola di Dio e col disegno di salvezza". Oggi questa sfida si gioca in gran parte dentro il mondo della comunicazione mediatica.

Siamo preparati a questa sfida?

È necessario un rinnovato impegno comunicativo, che non è un parlare di sé stessi, cantando le proprie lodi di fronte agli altri, piuttosto è un diventare capaci di una **traduzione comunicativa della dignità umana** in modo autorevole e credibile perché fondata su un **modello di vita, Gesù Cristo**, che è anche un modello che dà vita, un modello la cui risposta alla violenza umana non è una contrapposizione violenta, ma è la **risurrezione**.

La contrapposizione, l'accusa, la violenza verbale, la semplificazione strumentale sono pratiche abituali della comunicazione mass-mediatica: è legittimo chiedersi fino a che punto ci si debba prestare a queste logiche, partecipando come cattolici ai programmi televisivi.

Anche se la logica prevalente della comunicazione mediatica è basata sulla contrapposizione e sull'utilizzo strumentale delle vittime del nostro tempo, la Chiesa deve praticare e avere fiducia in logiche alternative di comunicazione, fondate sull'esperienza della dignità umana e sul dialogo. Questo significa anche **saper discernere, caso per caso**, se nella comunicazione mediatica esistono condizioni di dialogo: se queste condizioni non ci sono, allora l'unica strada è non prestarsi.



D'altra parte il conflitto, l'emozionalità, la semplificazione creano dipendenza, non cultura, e quindi sono il contesto peggiore per la comunicazione del messaggio cristiano, che è legato alla Parola, all'ascolto, alla riflessione interiore, e non alla forza dell'immagine, al gridare più forte, al contrapporre le proprie idee a quelle degli altri.

Si tratta di credere davvero, come Chiesa, alla comunicazione, praticandola prima di tutto **all'interno**. Abbiamo un'opinione pubblica dentro la Chiesa?

È la domanda che provocatoriamente si pone il Card. Martini nella Lettera Pastorale *"Il lembo del mantello"*<sup>18</sup>. Egli si risponde citando alcuni passaggi della *"Communio et progressio"* l'istruzione della pontificia commissione per le comunicazioni sociali in cui l'opinione pubblica è il dialogo tra le membra della Chiesa che è organismo vivente e in cui si valorizza la "libertà di parola nella Chiesa, che non solo non pregiudica la sua saldezza e la sua unità, ma, dinamizzando l'opinione pubblica può favorire e giovare alla concordia e all'armonia degli animi".

Esercitandoci al dialogo dentro la Chiesa, un dialogo capace di far confrontare le differenze dentro una unità superiore, fondata sul mistero della comunione ecclesiale, saremo più capaci e pronti anche a entrare in **dialogo con il mondo**, quel colloquio con il mondo che Paolo VI nell'*"Ecclesiam Suam"* pone a fondamento dell'evangelizzazione: «La Chiesa deve venire a dialogo col mondo in cui si trova a vivere. La Chiesa si fa parola; la Chiesa si fa messaggio; la Chiesa si fa colloquio».

Certamente questa rinnovata capacità di dialogo con il mondo si realizza anche attraverso i concreti progetti che riguardano l'universo dei mass-media, dalla tv satellitare a internet, ai settimanali e quotidiani, e attraverso quella maturazione di competenze, sensibilità e abitudini a comunicare che questi progetti mettono in gioco, dal livello locale e diocesano a quello nazionale.

Questa concretezza progettuale necessita di investimenti notevoli in risorse finanziarie, umane, tecniche e intellettuali che valorizzano il ruolo e la **responsabilità dei laici**, ed ancora necessita di un'ampiezza di vedute, una capacità di guardare lontano, al di là dei recinti

associativi ed istituzionali, che riteniamo ancora non matura. Da una rapida occhiata al complesso e variegato mondo delle associazioni e movimenti cattolici emergono tentativi editoriali per lo più di buon livello culturale, ma incapaci di entrare appieno nel mercato. Le nostre riviste rimangono appunto "nostre", o comunque legate ad una nicchia eccessivamente ristretta di persone che sono collocabili in un contesto relazionale e culturale qualificabile come "nostro", o più in generale, "cattolico". Abbiamo bisogno di maggior coraggio e anche di maggiore unità, per poter tentare la via di un progetto editoriale non immediatamente riferibile ad un contesto istituzionale, non legato a qualche associazione o movimento in particolare, ma frutto del convergere di più identità, di più forze, di più competenze, e capace di stare sul mercato, conciliando una **buona qualità** con la **capacità di rivolgersi a tutti**. Questo tentativo è stato già fatto con successo da Famiglia Cristiana, nell'ambito dei settimanali. Forse ci manca un qualcosa di simile per il mondo delle riviste mensili, con un taglio di costume sociale, politico e culturale, in grado di creare dibattiti, confronti e di fare opinione.

#### NOTE

<sup>11</sup> Marina D'Amato, *Bambini e tv*, ed. Il saggiatore, Milano 1997

<sup>12</sup> W. Schramm, J. Lyle, E. Parker, *La televisione nella vita dei nostri figli*, ed. Franco Angeli, Milano 1971

<sup>13</sup> E. Mounier, *Il personalismo*

<sup>14</sup> Card. C.M. Martini, *Il lembo del mantello*, Centro Ambrosiano, Milano 1990, pag. 50

<sup>15</sup> Roberto Mancini, *Senso e futuro della politica*, Cittadella Editrice, Assisi 2002, pag. 179

<sup>16</sup> R. Mancini, op. cit.

<sup>17</sup> *Parabole Mediatriche*, convegno organizzato dal Progetto Culturale della CEI tappa importante di un cammino scelto al Convegno Ecclesiale di Palermo e riconfermato nelle sue linee essenziali dagli Orientamenti pastorali *Comunicare il Vangelo in un mondo che cambia*.

<sup>18</sup> Carlo Maria Martini, op. cit.



# FUCI e comunicazione

## ■ 1. Introduzione

Le tesi congressuali non sono solo il frutto di un approfondimento analitico della realtà, e neanche solo un lavoro opinionistico e progettuale sul mondo esterno. L'analisi, l'opinione e il progetto devono essere applicati con lo stesso rigore su noi stessi, sulla **FUCI**.

Non soltanto perché formare alla cittadinanza è un compito irrinunciabile per la FUCI, soprattutto oggi, nel "tempo della media", ma anche perché la questione comunicativa, se vogliamo affrontarla davvero, ci chiama ad una **rimeditazione profonda della nostra identità**. E il nodo si aggrovia ancor più se alla comunicazione incrociamo il concetto di democrazia, perché in questo delicatissimo incrocio stanno oggi le frontiere della formazione di cristiani consapevoli di essere "nel mondo ma non del mondo", come dice la lettera a Diogneto.

Procedendo con ordine: perché la questione comunicativa ci chiama a rimeditare la nostra identità?

Non crediamo che essa possa ridursi ad alcuni, pur doverosi, adeguamenti tecnici o linguistici alle modalità comunicative, come un buon ufficio stampa, il miglioramento grafico delle riviste, una più accurata scelta dei termini, volta a depurare il linguaggio da espressioni troppo "interne", o ancora la scelta di un livello culturale accessibile ai più.

Queste cose sono tutte necessarie ma non bastano: se ci limitassimo ad esse, saremmo veramente troppo figli del nostro tempo e di un tecnicismo che considera la comunicazione come un colpire il bersaglio, un produrre modificazioni in quella macchina-uomo che è l'utente televisivo. E' un problema antropologico: se l'uomo è una macchina allora la comunicazione non è che un banale input che da luogo ad alcuni prevedibili output.

Ma se l'uomo non è una macchina, allora comunicare può riprendersi quella gamma profonda di significati che gli derivano dalla sua radice latina: **com-munus**, che significa "dono messo in comune".

La comunicazione è in profondità questo dono reciproco tra più persone, questa condivisione radicale che trova nel "dia-logo" il percorso attraverso cui la **verità si fa**

**Il dialogo non è un confronto sulla Verità fra due o più identità già formate, ma più profondamente l'esperienza in cui è la Verità a dialogare con noi**

**presente** dentro e attraverso gli interlocutori.

In genere pensiamo al dialogo come ad una procedura che ha l'obiettivo di aumentare la conoscenza reciproca tra due identità già formate. Il dialogo non è **un confronto sulla Verità** fra due o più **identità già formate**, ma più profondamente l'esperienza in cui è «la Verità a dialogare con noi, ad istituire lo spazio stesso e le condizioni della reciprocità dialogica»<sup>19</sup>.

Il dialogo, che è l'espressione comunicativa più alta, **forma e intesse l'identità delle persone** e delle collettività: ecco perché la questione comunicativa ci chiama a meditare sulla nostra identità.

Nei paragrafi seguenti, vorremmo fare un esercizio di dialogo con il mondo, che per la FUCI è primariamente il mondo di chi oggi frequenta l'università, e ci piacerebbe che questo esercizio assomigliasse almeno un po' a quel "farsi parola, farsi messaggio, farsi colloquio" che dovrebbe caratterizzare la Chiesa nel suo rapporto col mondo.

## ■ 2. FUCI e dialogo nel XX secolo

La FUCI rinnova sempre, nel mutamento dei contesti storici e sociali, questo tentativo di essere luogo in cui si impara ad aprirsi al dialogo. La sua stessa natura associativa favorisce il libero e democratico confrontarsi delle differenze: la FUCI non è legata ad una vocazione o carisma particolare della Chiesa, né ad una figura di leader spirituale.

La specificità della FUCI può essere ancora splendidamente riassunta da quel motto che ne ha segnato gli inizi agli albori del XX secolo: **interamente studenti**.



**Essere presenti negli ambiti di vita non implica l'obbligo di contrapporsi ad altri, significa invece condividere l'esperienza concreta delle persone, essere capaci di dialogo ed ascolto, comunicare uno sguardo ricco di Speranza**

La FUCI è nata quando gruppi di studenti universitari cristiani, assistiti da sacerdoti dotati di particolare umanità e intelligenza, hanno compreso che il dialogo tra fede e cultura, fecondo proprio perchè rispettoso della distinzione degli ambiti, era la strada maestra per comunicare nel mondo universitario la novità di una cultura non asservita alle mitologie della modernità.

Lo Spirito soffia nel mondo e vi deposita i suoi semi, i **semi del Verbo**, che necessitano di essere individuati, coltivati, e fatti fruttificare dall'intelligenza umana perchè il mondo risponda in pienezza alla chiamata di Dio.

Questi segni dei tempi sono eventi ed anche categorie culturali che solo una paziente opera di **ricerca**, fatta di umiltà e passione per la verità, può individuare, coltivare, purificare e portare a compimento secondo la pienezza inscritta nella propria epoca storica.

Questo esercizio di ricerca veniva chiamato qualche tempo fa "**mediazione culturale**", termine oggi non più in voga, per una serie di ragioni, più o meno profonde, che qui non abbiamo lo spazio di elencare.

Ci sembra però interessante richiamarlo per una ragione precisa: negli anni '80 chi si richiamava alla "mediazione culturale" lo faceva per contrapporsi ad una "cultura della presenza", cioè ad una evangelizzazione pensata attraverso una presenza fondata sull'affermazione esclusiva della propria identità e su uno stile di contrapposizione alle altre identità presenti negli ambiti della formazione, della cultura, della politica, dell'economia ecc...

A noi pare che questa polemica abbia contribuito ad

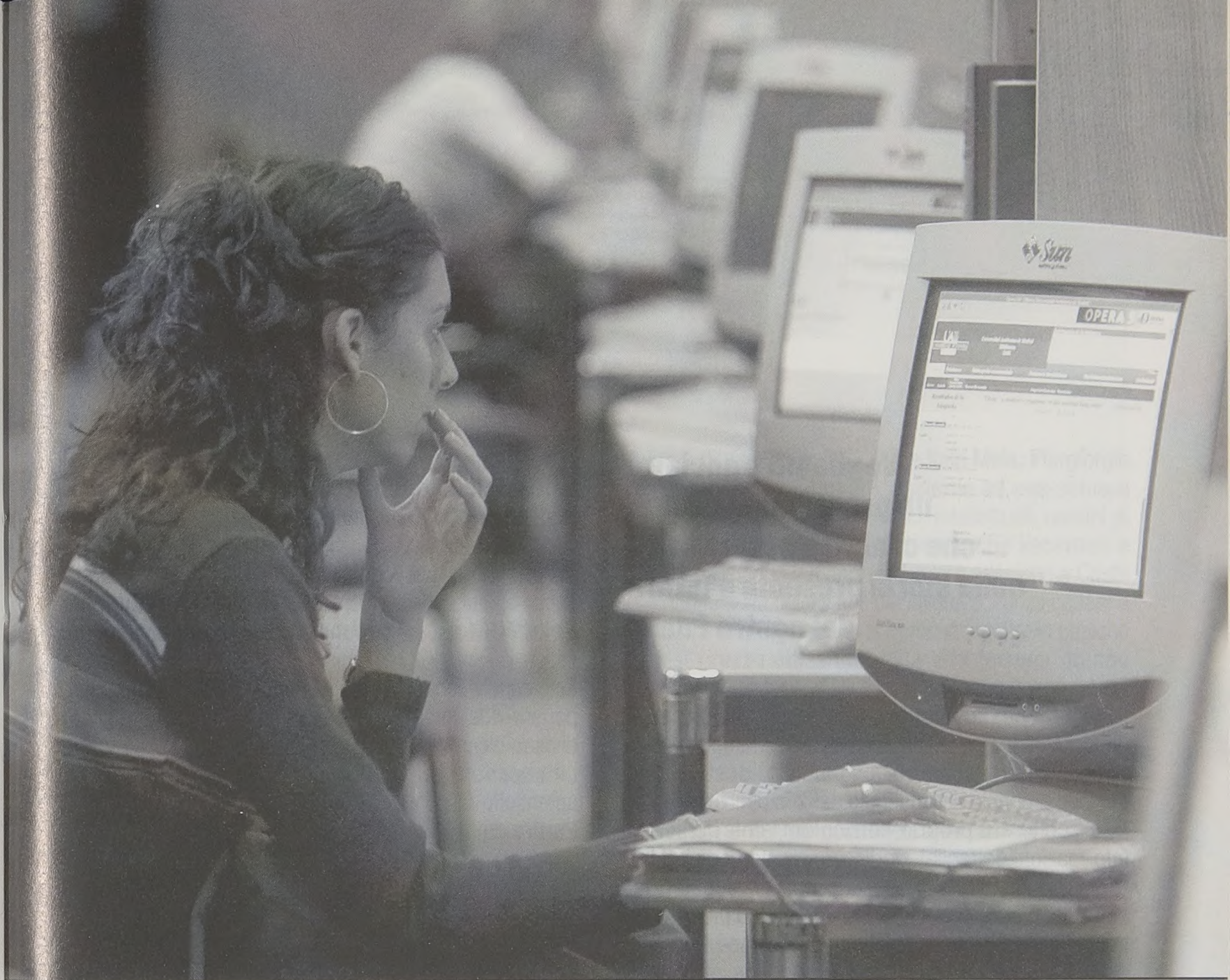
estremizzare le posizioni: da un lato infatti gli specialisti della "presenza", interpretandola solo in chiave contrappositiva, hanno circoscritto a pratiche di tipo lobbistico la loro capacità profetica; dall'altro gli specialisti della "mediazione", praticandola solo in ambito intellettuale e formativo, hanno trascurato l'importanza di rimanere aderenti al vissuto esistenziale delle persone, intercettandole nei concreti contesti di vita e al di fuori dei consueti circuiti relazionali.

Gli uni e gli altri hanno sottovalutato la **valenza "culturale" della presenza** negli ambiti di vita. Essere presenti negli ambiti di vita non implica l'obbligo di contrapporsi ad altri, non significa gettarsi direttamente nell'agone politico per ricavarne qualche vantaggio, significa invece condividere l'esperienza concreta delle persone, essere capaci di dialogo ed ascolto, comunicare uno sguardo ricco di Speranza, rivolto più al bene di tutti che ai propri interessi, testimoniare la gratuità di un impegno quotidiano e concreto a favore degli altri. In un mondo sempre più informato dal pensiero unico della competizione liberista una cultura ispirata alla dottrina sociale della Chiesa non nasce solo con convegni di ottima qualità, ma anche attraverso la **testimonianza della "gratuità"** dell'impegno.

Tramontate le grandi ideologie del XX secolo, la mediazione culturale deve esercitarsi oggi anche a partire dal **vissuto esistenziale**. Un corretto esercizio di lettura dei segni dei tempi non può prescindere dal frammento dell'esperienza quotidiana, per ricostruire un **tessuto connettivo** tra la vita e i valori, per ritrovare l'unità della persona nella complessità frammentata della vita odierna, per non essere ingenui nel pensare alle esigenze del Vangelo e per incarnare i grandi principi proprio dentro la progressiva conquista di una maturità relazionale. È un lavoro di tipo "sapienziale", che ritrova la sintesi tra etica e metafisica dentro l'esperienza della vita, l'esperienza della dignità umana.

Questa esperienza della dignità umana non può poi rimanere privilegio di pochi: è necessaria una **traduzione comunicativa della dignità**, attraverso una prassi non





affidata semplicemente ai singoli, ma costruita nel comune discernimento, e fondata su quella **“cultura del dialogo”** che è l'unico antidoto perché la presenza comunicativa non imbocchi la facile strada del conflitto. Anche questo esercizio di traduzione comunicativa della dignità è una forma di mediazione: significa infatti leggere i segni del tempo attuale, interrogandosi su quali forme di comunicazione sono oggi più adatte per rendere percepibile a tutti l'intimo legame tra fede cristiana e dignità dell'uomo e, in definitiva, per rendere ascoltabile da tutti la Buona Novella.

Questa concezione alta della “presenza” negli ambiti di vita chiama anche la FUCI ad interrogarsi sulla propria presenza nel contesto universitario, comporta entrare in dialogo con esso, compromettersi, accettare di rinnovarsi.

### ■ 3. I cambiamenti del contesto universitario

Abbiamo già parlato della riforma universitaria nel capitolo precedente, sottolineando la necessità di una

svolta che chiama l'università a prendere sul serio il proprio ruolo di formatrice culturale delle classi medie. Procedendo per analogia anche alla FUCI sta davanti una svolta simile.

Ma non vorremmo essere fraintesi, per cui procederemo per gradi.

Nel rinnovato contesto universitario ha **ancora senso la FUCI** e il suo stile di ricerca e di dialogo?

Ci sembra importante porci questa domanda con radicalità per rispondere ad essa nella fedeltà autentica all'originario motto “interamente studenti”. Cosa significa oggi essere interamente studenti universitari?

Non si può rispondere a questo interrogativo stando seduti a tavolino, o semplicemente studiando una ricerca sul sistema-università. Dietro le analisi e i libri degli esperti sul sistema-università ci sono persone in carne ed ossa, che vivono **necessità ed opportunità quotidiane**: la libertà di vivere per la prima volta lontano dalla famiglia, di condividere con altri ragazzi un appartamento o la vita di un collegio universitario; i tempi delle faccende



**Vogliamo tracciarci  
un programma di vita,  
che ci aiuti a essere santi  
nella storia presente e futura  
del nostro Paese**

burocratiche, la fila alle segreterie e alle mense; la difficoltà di gestire più autonomamente i tempi della vita, di confrontarsi con un nuovo metodo di studio, che richiede proprietà di linguaggio e rigore dimostrativo, e di fare scelte sul proprio curriculum che richiedono informazioni dettagliate e discernimento personale. La riforma acuisce queste criticità, accelerando notevolmente il ritmo della vita universitaria. Quello che prima l'università non riusciva a fare in cinque anni, ora lo deve fare in tre: ecco allora la giornata riempirsi di corsi e laboratori, il trimestre di moduli e prove intermedie, l'anno di sessioni e appelli d'esame; ecco gli esami orali diventare scritti, gli esami scritti test, le tesi prove finali... La **frammentarietà e rapidità** dell'attuale esperienza universitaria, gli imperativi utilitaristi di una certa cultura diffusa rendono difficile maturare una profonda consapevolezza dell'importanza esistenziale e culturale dell'università: eppure, al di là delle precarietà e dei condizionamenti culturali, all'università ci sono ancora persone vive, piene di attese e speranze di futuro, ricche di interrogativi sulla propria esistenza e su ciò che devono fare nella vita; persone appassionate e curiose di capire come va il mondo, di acquisire gli strumenti per poterlo interpretare in tutta la sua complessità e poterlo cambiare in meglio; persone desiderose di confrontarsi con modelli di vita in grado di mostrare loro la bellezza di una vita professionale ricca di competenza ed umanità.

■ **4. La FUCI all'alba del XXI secolo**

Noi non crediamo di dover rinunciare allo **stile della ricerca**, perché questo significherebbe rinunciare

all'identità stessa dell'università: ciò si impone come fedeltà all'università, al suo compito perenne e irrinunciabile, e come fedeltà a noi stessi e alla nostra laicità universitaria.

**Proprio in questa fedeltà**, paradossalmente, sta tutto il senso e la necessità di una **svolta**, di un **rinnovamento della FUCI** che vorremmo tracciare nelle sue linee essenziali.

Solo condividendo i luoghi e i tempi di vita degli studenti, partendo dai loro bisogni e desideri la FUCI sarà in grado di comunicare loro, progressivamente, tutta la bellezza di un'esperienza fucina capace di riempire di senso e autenticità la vita e lo studio universitario.

Partire dai bisogni e desideri degli studenti, significa considerarli innanzitutto come persone, nella globalità della loro vita: non possiamo curarci delle persone a compartimenti stagni, come se la dimensione intellettuale fosse separata da quella spirituale, psicologica o corporea. Con uno slogan potremmo dire che la FUCI riguarda gli **universitari in quanto persone**, occupandosi dei riflessi che la vita universitaria ha su tutta la persona.

Così lo stile della ricerca produce i suoi frutti più belli proprio a partire dalla vita personale, considerata nella sua interezza, dalle domande esistenziali che accompagnano il tempo e l'ambiente universitari, oggi cruciali per la maturazione vocazionale. Ci piacerebbe che i gruppi FUCI fossero sempre più gruppi accoglienti, in cui sperimentare amicizia e calore umano, in cui condividere anche momenti di quotidianità, come i pasti e lo svago serale, spazi di discernimento comunitario e personale, di dialogo e di incontro con Dio nel frammento dell'intensa giornata o settimana universitaria. Non vogliamo proporre esperienze totalizzanti, che sradicano la persona dal suo contesto, per trapiantarla in una comunità che esclude relazioni esterne. La sfida è piuttosto testimoniare, in un contesto in cui non possiamo più dare per scontata la fede, **l'integralità dell'esperienza di fede nel frammento della quotidianità**, consapevoli che il cammino cristiano non può prescindere dalla concretezza della vita.



Testimoniare la fede in università significa anche, per la FUCI, occuparsi con uno **stile di gratuità** dei problemi concreti degli studenti, essere capaci di fornire, da soli o in rete con altri, qualche piccolo servizio materiale.

Significa, nello stesso stile, promuovere **momenti e luoghi di partecipazione** alla vita dell'università, in cui ci si confronta sui problemi concreti nel dialogo rispettoso e senza interessi di parte e ci si educa alle responsabilità della democrazia.

Significa fare sì che i percorsi culturali e teologici promossi dai gruppi FUCI divengano **laboratori di fede e cultura**, in cui professori e studenti possano liberamente confrontarsi, costruendo quelle **relazioni autentiche** che spesso i tempi delle lezioni universitarie non consentono; in cui ci si educi a considerare tutta l'importanza per la vita della crescita culturale, evitando tematiche troppo rigide e astratte a favore di una **sensibilità attenta a ciò che è prossimo** e capace di trovare in esso i segni delle grandi "questioni" che attraversano il nostro tempo; in cui si superino linguaggi chiusi ed autoreferenziali a favore di una maggiore **tensione a farsi capire da tutti**.

## ■ 5. Conclusione

"*Coscienza universitaria*"<sup>20</sup>, di Mons. Montini, assistente della FUCI, era animato da una profonda tensione a rappresentare fedelmente i bisogni, i desideri, le aspettative, i percorsi concreti dei giovani che varcavano la soglia dell'università negli anni '30 del secolo scorso e a tracciare alcune linee programmatiche per approfondire questi bisogni, purificarli dagli elementi di chiusura ed autoreferenzialità e inserirli nel contesto di una crescita armonica e integrale della persona e di una progressiva apertura dialogica della coscienza tra conoscenza del mondo e maturazione della fede.

Era una FUCI che non trascurava **l'importanza della condivisione e della concretezza**: l'impegno per i poveri nella S. Vincenzo, le gite in montagna, la goliardia fucina, costituivano, accanto allo studio responsabile e all'impegno culturale e politico, un programma di vita che ha aiutato a crescere grandi testimoni di santità, intrepidi

scalatori di cime altissime, come Itala Mela, Piergiorgio Frassati e Alberto Marvelli, assieme ad una schiera innumerevole di cristiani autentici, intellettuali, uomini di cultura, professionisti, politici ed anche sacerdoti e religiosi che hanno testimoniato la loro adesione a Cristo nella quotidianità della vita e del lavoro, e, senza cedere a logiche mondane, pagando di persona, anche, in qualche caso, il prezzo altissimo della vita terrena, hanno innervato e reso feconda la storia del nostro Paese.

Lo stesso **impegno "programmatico"** ci anima oggi, all'alba del XXI secolo: vogliamo tracciare un programma di vita, che ci aiuti a essere santi nella storia presente e futura del nostro Paese, vogliamo investire energie e forze su noi stessi, per costruirci come cristiani autentici, che non si vergognano di nominare l'unico Nome che può rendere ragione di una speranza altrimenti ingenua, che non deviano dalla propria vocazione per soddisfare le richieste del mondo, che non derogano dalle esigenze del Vangelo per adattarsi alle logiche di una competizione che taglia fuori i più deboli, che non fanno della carriera e del potere gli idoli ai quali sacrificare gli altri, pur di rimanere a galla.

Vogliamo essere cristiani veri, testimoni di quella gioia che sgorga copiosa proprio dentro l'esperienza del limite, del dolore, della croce assunti nella Pasqua del Signore. Testimoni di una resurrezione che ci attraversa già, anche se non ancora compiuta, di un sovrappiù di vita che ci è stato donato e che rende ragione della gratuità dell'impegno.

Testimoni di un'umanità piena, capace di mettere al servizio degli altri e far fruttare i propri talenti, costruttori del Regno di Dio in un mondo diventato improvvisamente più piccolo e ravvicinato, in mezzo ad un'umanità che, mai come oggi, è affratellata verso un comune destino.

## NOTE

<sup>19</sup> Roberto Mancini, *La comunicazione come responsabilità creaturale* in *Vita Monastica*, anno LVIII, n. 226

<sup>20</sup> Giovanni Battista Montini, *Coscienza Universitaria*, ed. Studium



# Igino Righetti, la FUCI e la formazione di Alberto Marvelli

di Giovanni Bersani\*

**Relazione tenuta a Rimini il 19 marzo 2004 nell'ambito del convegno "Alberto Marvelli fedeltà a Dio e fedeltà alla storia" organizzato dalla Diocesi di Rimini.**

*Nel precedente numero di Ricerca abbiamo approfondito la figura di Alberto Marvelli, giovane ingegnere riminese, impegnato in politica, che sarà beatificato dal Papa nell'ambito del pellegrinaggio dell'ACI a Loreto. Ci sembrava interessante riportare in questo numero, in occasione del 57° Congresso Nazionale della FUCI, una preziosissima testimonianza del sen. Giovanni Bersani, amico di Alberto, sulla formazione religiosa, culturale e politica di Alberto negli anni dell'università, nel contesto dei fermenti che attraversavano i giovani cattolici durante il Fascismo. Emerge infatti da questa testimonianza la figura di Igino Righetti, storico Presidente della FUCI, per il ruolo (ancora tutto da approfondire) da lui svolto nella formazione della classe dirigente cattolica del dopoguerra, ed in particolare nella formazione della personalità di Alberto.*

*Per ulteriori approfondimenti rimandiamo alla pubblicazione, che uscirà a luglio, degli atti del convegno "Alberto Marvelli, fedeltà a Dio e fedeltà alla storia", a cura della editrice Messaggero di Padova.*

Sono onorato di questo invito e molto grato dell'esperienza che mi avete consentito di vivere. Io ho conosciuto bene Alberto, ero più anziano di lui di quattro anni, lui era del 1918 e l'ho conosciuto quando, avendo delle responsabilità nella gioventù cattolica a carattere regionale, venni molto spesso a Rimini dove c'era una realtà di Ac molto forte. Il presidente allora si chiamava Zangheri, era un uomo forte nella fede e soprattutto un punto di riferimento per tutta la città, ma direi che tutta la presidenza diocesana era di spessore. Con Alberto ci fu subito una sintonia, capii subito che aveva delle virtù singolari. L'apparenza è stata descritta da molti: questo suo carattere aperto, questa sua vibrante giovinezza che traspariva dal suo volto e da ogni suo atteggiamento, la

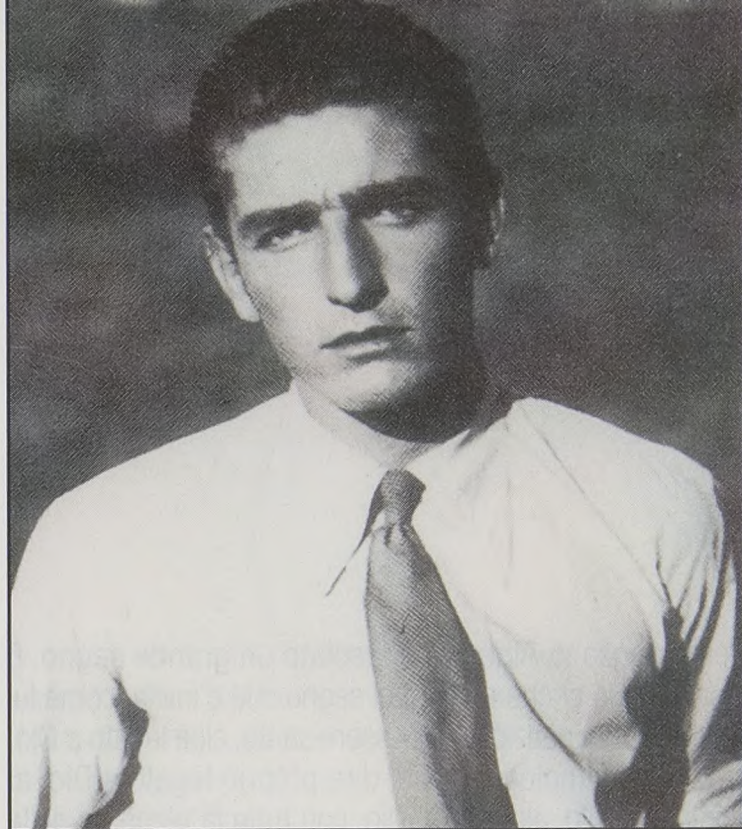
serietà assoluta che portava negli incontri e nelle discussioni ed il vivo ed evidente desiderio di approfondire, di ricercare, di immedesimarsi sempre di più nelle responsabilità che venivano nel mondo cristiano da una situazione difficile come quella di allora. Poi nel 1933, 1934 vi furono grandi cambiamenti nella gioventù cattolica e nell'Ac: si passò da un modello uniforme ad un modello articolato, che privilegiava le associazioni, ad esempio nacque il movimento studentesco.

Nel movimento studentesco io mi trovai ad avere una responsabilità nazionale e ad avere molto bisogno di Alberto per la sua collaborazione preparata, precisa, per la sua grande disponibilità e cominciò in quel periodo uno scambio molto intenso di incontri, di telefonate, di scambi di corrispondenza con Alberto, che **venne emergendo in quel periodo come un vero leader del mondo studentesco**. È importante sottolinearlo perché proprio dal movimento studentesco cominciò a distinguersi nella gioventù cattolica una linea che gradatamente diventò critica nei confronti della direzione di allora: nel gruppo dirigente degli studenti si formò, attorno a Lazzati a Rumor, attorno ai nomi nuovi, un gruppo che aveva un atteggiamento un po' diverso, non certo sul piano del pensiero religioso, della prassi religiosa, dell'intensità che eccezionalmente caratterizzava in quel momento la vita della gioventù cattolica, ma direi nei confronti della società esterna. La gioventù cattolica e tutta l'Azione cattolica aveva vissuto in modo traumatico tutta la vicenda del '31: io allora ero un ragazzino e mi ricordo che per poco non mi presero a schiaffi, ed ho assistito al sequestro dei libri, della bandiera, alla chiusura col sigillo della porta del circolo.

Questo evento aveva segnato in profondità il mondo dei più giovani.

A questo punto gioca un ruolo Igino Righetti, **Presidente Nazionale della FUCI e in seguito del movimento laureati**. Io considero Igino Righetti uno dei 3 o 4 più grandi italiani di quel periodo. Igino Righetti unico fra i cattolici italiani di allora – era molto difficile avere i





passaporti – frequentava, in quanto vice presidente di Pax Romana, un'organizzazione nata all'inizio del secolo e che aveva sede a Vienna, i maggiori ambienti cattolici internazionali, sia di lingua francese, legati a **Maritain**, Sertillanges e gli altri grandi filosofi di quella scuola, sia tutta la grande scuola mitteleuropea che avrebbe dato poi sia nel mondo cattolico sia nel mondo protestante i giganti che noi abbiamo conosciuto. Portava quindi nel cattolicesimo italiano e nell'organizzazione giovanile una visione molto aperta, a confronto profondo con le linee della mistica e della filosofia cristiana da una parte e dall'altra con un rapporto molto più dialettico e molto più intenso nei confronti della società civile. Le questioni della guerra di Spagna ad esempio furono un momento molto difficile di **dialogo fra i vari gruppi**: noi sappiamo qual era la posizioni di Maritain, di Bernanos e degli altri e sappiamo invece quale fu la posizione di alcune parti stesse del mondo cattolico. Righetti fu un punto di riferimento forte. E cosa faceva Righetti? Di tanto in tanto arrivava un bigliettino che diceva: "Arriverò col treno delle due. Ho un'ora di tempo. Vediamoci al bar. Avverti gli amici." Avvertivamo gli amici, evidentemente quando era a Bologna anche Alberto, e lui ci portava le ultime notizie internazionali, ci portava la rivista *Esprit*, gli ultimi numeri di *Testimoniances Chretiennes*, testi tedeschi o tradotti dal tedesco, in modo tale da aiutarci a crescere guardando ai problemi della vita in generale, alle grandi responsabilità che la Chiesa e i cattolici avevano di fronte alla storia. **Igino Righetti ha formato più della metà dei dirigenti che poi dopo la liberazione hanno guidato per cinquant'anni il nostro Paese.** Gonella che era suo grande amico, La Pira, i due Moro vengono tutti da quella scuola formata da lui in questo modo paziente, tenace, girando l'Italia per anni e cercando di mantenere questa visione aperta. Ecco, Alberto fu un amico di Righetti, si vedevano anche a Rimini, dove Righetti, che si era trasferito a Roma per ragioni d'ufficio, veniva per trovare la madre e i fratelli. Quindi siate orgogliosi amici di Rimini di avere due figure così grandi nella storia moderna del cattolicesimo.

Se c'interrogiamo sul processo formativo delle sue virtù noi abbiamo questi passaggi, passaggi che furono fondamentali nella formazione di una classe dirigente che poi ripeto ha avuto tante responsabilità storiche. Anzitutto le conferenze di San Vincenzo, che furono vissute allora dai giovani, ed in alcune pagine del diario di Alberto tutto questo risulta molto chiaramente, come un'esperienza straordinaria: vivere la vita stessa dei più poveri nella società, condividere il loro dramma, le loro preoccupazioni, i loro problemi, fu un'esperienza che ha segnato, che ha toccato profondamente il cuore e la mente di Alberto, come quello di tanti giovani di allora. Eppoi via via la crescita, la Gioventù cattolica, il movimento studentesco, la FUCI di allora, che con *Studium*, le riviste, i suoi convegni, ha poi elaborato il *Codice di Camaldoli* ed ha quindi preparato tanti sviluppi nel campo della politica e dello sviluppo sociale. Ecco in quegli anni abbiamo potuto condividere queste esperienze.

Poi le vicende della guerra ci hanno separato per alcuni anni e quindi ci siamo poi ritrovati dopo quel tragico periodo. Vivemmo un'esperienza abbastanza analoga, perchè, mentre Rimini veniva liberata alla fine del 44, io passai le linee: mi ero buttato nella resistenza e, dopo essere stato fatto prigioniero ed essere riuscito a scappare, mi presentai a Firenze ai responsabili dell'esercito italiano e quindi mi trovai ad aiutare le popolazioni della parte liberata di Bologna più o meno negli stessi termini in cui Alberto era impegnato qui a Rimini. Quindi i profughi, gli ammalati, i feriti, le case distrutte. E posso ben giudicare, qui dove i disastri avevano proporzioni molto più grandi, quello che fu l'impegno che lo assorbì in modo così grande e che egli affrontò lasciando tra la popolazione l'idea di un santo che era passato in mezzo a quel disastro. Quindi



l'esperienza di Alberto ha lasciato un grande segno. E lascia credo anche a noi quel segno che c'invita, come lui ripete in continuazione, ad essere santo, cioè legato a Dio: la parola etimologica, vuol dire proprio legato a Dio, al mistero di Dio, alla vita di Dio, con tutta la pienezza della nostra adesione e del nostro impegno. Questa è la cosa fondamentale, l'insegnamento che lui ci ha dato da laico nella Chiesa, da laico e da cristiano nella società, vivendo la propria fede come un dono da offrire agli altri. E poi una fede che si traduce nelle opere e che si riflette nella società per cambiarla, per rinnovarla in un processo continuo, per reinserire le vie fondamentali senza le quali la società va brancolando nel buio. E allora oggi cosa ci dice questa esperienza? Io non faccio altro che incontrare gente che pensando ai tempi che hanno avuto un loro ciclo e una loro conclusione, sembrano aver perduto le ragioni dell'impegno civile e sociale. E mi meraviglio molto perchè dico a loro, e lo penso veramente, che vi può essere una politica dei partiti che cambia, che ci delude, ma oggi siamo in una fase nella quale l'importante è cercare di fare le scelte giuste, prescindendo da altre ragioni, per servire la verità e la giustizia al di là di qualunque schema e di qualunque apparenza. **C'è la politica degli uomini, la politica delle cose, la politica della giustizia, la politica della verità, la politica della pace:** mai come oggi i cattolici hanno avuto tanti strumenti e tante opportunità per gestire una responsabilità costruttiva. In quei tempi se volevamo andare ad aiutare il mondo non potevamo uscire, perchè non avevamo il passaporto, ci controllavano i libri stranieri che leggevamo.

**Oggi ognuno può essere cittadino del mondo:** fra tre giorni io sarò in Libano dove con un gruppo di privati tre anni fa abbiamo fatto la pace quando tutti pensavano che fosse impossibile, l'abbiamo fatta scavalcando le istituzioni, tenendole ben fuori perchè non riuscissero a distruggere il nostro progetto. Possiamo fare delle cose belle e sante, c'è la politica della verità e delle cose giuste, delle cose sante, come ci diceva e ci dice Alberto. Oggi noi abbiamo moltissime possibilità, ma come faceva lui dobbiamo studiare i problemi, dobbiamo conoscerli.

Alberto affrontava i problemi, li studiava, la sua fede era una fede che creava responsabilità, che si traduceva non in ricerche di vantaggi, di profitti, di ritorni, ma in servizi e in doni da fare, una fede che diventa dono incondizionato in nome di Dio. E questo è ancora oggi il retaggio, l'ammonizione, il grande dono che ci viene da Alberto.

#### NOTE

<sup>1</sup> Anno della chiusura dei circoli dell'A.C.I. e della FUCI ad opera del regime Fascista.

\* Deputato e Senatore nel Parlamento italiano per più legislature e Vice ministro del Lavoro nell'ultimo governo De Gasperi; dal 1960 al 1989 Parlamentare europeo e per sei anni Vice Presidente. Fermamente convinto del valore della cooperazione, è stato dirigente di associazioni nazionali e internazionali in campo sociale, culturale e cooperativistico e per dieci anni vicepresidente nazionale ACLI ed infine presidente nazionale del M.C.L.

Non si contano le proposte di legge da lui presentate (ricordiamo in particolare la prima legge organica italiana sulla cooperazione allo sviluppo e volontariato internazionale del 1971) e tanto meno le pubblicazioni, in larga parte concernenti problemi sociali, morali ed economici, le tematiche europee e del Nord-Sud con particolare riferimento all'Africa e alla Regione Mediterranea.

A livello internazionale Gli viene tributata in modo unanime riconoscenza e insuperata stima per il modo in cui ha incarnato la grande responsabilità di essere, dal 1976 al 1989, Presidente dell'Assemblea Parlamentare del Trattato di Lomè tra la Comunità Economica Europea e 70 Paesi dell'Africa, dei Caraibi e del Pacifico e, alla scadenza del mandato, acclamato Presidente a vita ad honorem".

Nel 1971 fondava il Cefa e, partendo da un primo significativo intervento in Zaire, guidava l'Organismo a risultati e a dimensioni che ne fanno oggi una delle principali componenti del volontariato internazionale italiano ed europeo.

Il 3 aprile 2004, nella sala del Consiglio comunale a palazzo d'Accursio, il Comune di Bologna gli ha conferito l'Archiginnasio d'oro.









# **Spirito e mente** *in movimento*

[www.fuci.it](http://www.fuci.it)