

Mass media al bivio. Il rimedio, nella politica e nella poesia

Archivio, Comunicazione e Nuovi media



Marco Guzzi | 5 Febbraio 2008

Il messaggio di Benedetto XVI per la 42a Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, che si terrà domenica 4 maggio, è sembrato particolarmente allarmato e severo.

Il Papa in realtà ha denunciato soltanto ciò che è sotto gli occhi di tutti noi, tutti i giorni dell'anno e 24 ore su 24: le programmazioni radiotelevisive sono impastate di volgarità e di violenza, farcite di una valanga di messaggi pubblicitari sempre più aggressivi e invadenti, e ispirate il più delle volte ad un gretto materialismo, se non a pura oscenità.

Benedetto osserva con interesse anche il mondo di Internet e pure lì vi scorge “inedite possibilità per il bene” insieme a “possibilità abissali di male”. Siamo anche in questo ambito dello sviluppo vorticoso delle tecnologie della comunicazione ad un punto di rottura, ad una svolta, o, come si intitola lo stesso messaggio del Papa, ad un Bivio. Questa soglia però non ci apre solo all'alternativa “tra protagonismo e servizio”, tra l'estetica del Grande Fratello e quella del Telegiornale; ma sembra imporci una decisione ben più radicale tra una direzione trainante verso la pura e semplice alienazione, e una profondissima revisione delle finalità e delle modalità di organizzazione dei mass-media.rn

Se lo spirito guida delle programmazioni resta la logica delle agenzie pubblicitarie, che vendono gli ascoltatori ai loro clienti come moderni negrieri, allora sarà difficile sottrarsi a quella alienazione consumistica e a quella dittatura dell'*audience* che oggi dominano interamente il mercato.

Se invece desideriamo che ad ispirare la comunicazione di massa diventi la ricerca della verità e della bellezza dell'uomo, come auspica Benedetto XVI, allora dobbiamo impegnarci in una lunga battaglia su due livelli: uno politico e l'altro poetico.

Ancora non vediamo nessuna forza politica che sia consapevole della potenza formativa o

deformativa dei mass-media. La cultura dei nostri politici è ancora in gran parte ottocentesca, sono ancora convinti che i mass-media siano semplici strumenti nelle nostre mani, mentre essi trasformano le nostre mani, sono cioè *le forme storiche (i linguaggi) in cui manifestiamo la nostra umanità*.

In tal senso risulta un po' ingenua anche la sorpresa del Papa dinanzi al fatto che ormai gli strumenti della comunicazione non solo non si limitino a rappresentare la realtà, ma pretendano in qualche misura di creare gli eventi. Ma questo è un dato di fatto da decenni!

Sappiamo benissimo, ad esempio, che la TV non rappresenta affatto una realtà data, ma *contribuisce a creare la realtà*, costruendola con sapienza (o insipienza) artigiana con la propria regia. Ecco perché è così importante che nasca una cultura politica consapevole della posta in gioco. Quale mondo vogliamo contribuire a creare? Questo è il livello problematico in cui dovremmo riflettere, quando parliamo di tecnica in generale, e di tecniche della comunicazione in particolare, dopo Heidegger, McLuhan, e Postman.

L'altro livello del nostro impegno dovrebbe essere quello poetico. Abbiamo bisogno di persone che sappiano tradurre in linguaggi, e cioè appunto in *tecno-logie*, la loro ispirazione spirituale, e non economicistica. Abbiamo bisogno di veri poeti della radio, di *mistici-tecnici* della televisione e di Internet. La sfida cioè non è tanto a livello *etico*, per cui non basta una info-etica; ma è a livello *poetico*. Altrimenti si rischia di contrapporre agli Amici della De Filippi l'inguardabile Telepace.

Insomma la forza delle immagini pubblicitarie o violente non va combattuta con le leggi della morale o con quelle di polizia; ma con la maggiore potenza delle immagini poetiche autentiche. E la mia esperienza di 13 anni in RAI, come conduttore radiofonico e autore, mi ha sempre mostrato che la qualità poetica dei programmi vince spesso anche nella gara dell'*audience*.

rn