

## Decalogo per la Chiesa su come sfruttare la tv

di GIANFRANCO RAVASI

Nel saggio *The Mechanical Bride* del 1955, Herbert Marshall McLuhan non esitava a dichiarare che «oggi i modelli di eloquenza non sono più i classici, bensì le agenzie pubblicitarie». Era certo una frase provocatoria, ma dalla sostanza indiscutibile. La comunicazione è una delle sfide (...)

segue a pagina 34

**Pubblichiamo stralci dell'intervento *Volto e parola di monsignor Gianfranco Ravasi, presidente del Pontificio consiglio della cultura. È tratto dal nuovo numero della rivista "Link" (pp. 228, euro 15, in libreria il 23 giugno), sul tema "Vedere la luce. Dio e la televisione".***

... segue dalla prima

**GIANFRANCO RAVASI**

(...) capitali che coinvolgono oggi anche la Chiesa, proprio perché i nuovi modelli di connessione dialogica stanno creando un fenotipo antropologico dai lineamenti spesso inediti. (...) Ora, la religione - che di sua natura è annuncio (*kérygma*, nel greco neotestamentario, il compito primario dell'apostolo, cioè l'atto dell'araldo che proclama un messaggio in pubblico) - non può isolarsi in una comunicazione autoreferenziale e progressivamente incomprensibile (il cosiddetto "ecclesialese"). Già Paolo VI - e siamo nel 1975 - nella *Evangelii nuntiandi* non esitava ad ammonire che «la Chiesa si sentirebbe colpevole di fronte al Signore se non adoperasse questi potenti mezzi». Ancor prima, il Concilio Vaticano II, nel decreto *Inter mirifica* (1963), riconosceva che gli strumenti della moderna comunicazione sociale «contribuiscono mirabilmente a sollevare e ad arricchire lo spirito e a diffondere e a consolidare il Regno di Dio».

Significativo è stato, poi, il magistero di Giovanni Paolo II, un papa di sua natura "mediatico", che nell'enciclica *Redemptoris missio* (1990) non esitava a riconoscere ormai il sorgere di una «nuova cultura» che si alimenta «prima ancora che dai contenuti, dal fatto stesso che esistono

nuovi modi di comunicare con nuovi messaggi, nuove tecniche e nuovi atteggiamenti psicologici». E continuava ricordando che questa comunicazione dall'evoluzione sempre più frenetica e dall'impatto sempre più aggressivo diventa «guida e ispirazione per i comportamenti individuali, familiari e sociali. Le nuove generazioni soprattutto crescono in modo condizionato da essi». La conclusione è, allora, obbligatoria: «È necessario integrare il messaggio cristiano in questa "nuova

cultura" creata dalla comunicazione moderna», naturalmente con tutti i rischi che questo comporta: non c'è bisogno di rievocare il motto mcluhaniano del "mezzo come messaggio" per capire che una mutazione di linguaggio incide anche nella sostanza del contenuto. (...)

### La via autentica

La "via autentica" per dire Dio in televisione o per tramite informatico è, però, tutt'altro che larga e pianeggiante. Chi scrive parte certamente da una lunga esperienza personale, iniziata nell'ottobre 1988 e tuttora in corso, attraverso la rubrica "Frontiere dello spirito" di Canale 5, trasmissione che ebbe il sostegno di vere e proprie autorità nel campo dell'analisi e della critica televisiva, come il compianto Beniamino Placido, Aldo Grasso e Stefano Levi. Ora, questa esperienza si fonda su una particolare scommessa: ricorrere alla parola, apparentemente in antitesi con l'immagine, che è l'archetipo televisivo, e per di più alla Parola alta e sacra che è a prima vista lontana dalla cronaca e dall'attualità, ansiosamente inseguita dall'odierna comunicazione. (...) Infatti, anche se lo scriveva nell'Ottocento, è indubbio che la tv di oggi sembra essere trattenuta da questa annotazione del *Diario* del filosofo danese Soeren Kierkegaard:

«La nave è in mano ormai al cuoco di bordo, e ciò che trasmette il megafono del comandante non è più la rotta ma ciò che mangeremo domani».

La r

Lo schermo insediato nelle cucine o nei salotti impera con la sua voce su quella dei suoi spettatori e insegna tutto sull'ultimo scandalo, sulle mode e i modi di vita attuali, sull'alimentazione e sullo stile più recente, ma si tiene lontano dai temi "ultimi" e inquietanti, accontentandosi di quelli "penultimi", immediati e superficiali. L'impresa del dire Dio in televisione - e Dio è la realtà "ultima" e trascendente per eccellenza - è quindi ardua. Lo è an-

che per due paradossi insiti di primo acchito nella religione biblica. Da un lato, infatti, si ha il monito "aniconico" che scende dalla vetta del Sinai con il primo comandamento del Decalogo: «Non ti farai immagine alcuna di quanto è lassù nel cielo, né di quanto è quaggiù sulla terra, né di quanto è nelle acque sotto la terra» (Esodo 20,4). (...) Siamo, dunque, di fronte all'irrappresentabilità del divino nell'ebraismo (e, per derivazione, nell'islam).

9

rivista

D'altro lato, il cristianesimo rivela la consapevolezza di una radicale diversità dell'evento religioso rispetto a quello civile e sociale: «Il mio regno non è di questo mondo», dichiara Cristo all'emblema del potere pubblico, il governatore romano Pilato (Giovanni 18,36). Egli non aveva esitato a bollare ogni ostentazione magniloquente della spiritualità: scribei e farisei «fanno tutte le loro opere per essere ammirati dagli uomini» (Matteo 23,5). «Tu, invece, quando preghi, entra nella tua camera e, chiusa la porta, prega il Padre tuo nel segreto» (Matteo 6,6). Spesso Cristo compie i miracoli in disparte dalla folla, esclu-

**LINK**  
nuovo numero in libreria il 23 giugno

