



## IL LEMBO DEL MANTELLO

di Carlo Maria Martini

### DIALOGHI COL TELEVISORE

### DIALOGO DI UN FEDELE CON IL SUO TELEVISORE

#### 5) I “media” e la coscienza

**TV.** *Ma allora pure tu sei convinto che io sia, come si dice, un “persuasore” occulto, una voce e un messaggio che si insinua subdolamente?*

Certamente tu hai grandi risorse di persuasione e riesci a far immaginare come vere cose che non esistono. E non è forse il tuo potere persuasivo quello che convince uomini e donne dell’est d’Europa e del Mediterraneo ad affrontare viaggi assurdi per andare verso quei Paesi delle meraviglie e del benessere che hanno visto in televisione, senza pensare che anche in quei Paesi c’è fatica, ingiustizia e povertà?

La coscienza esposta al messaggio televisivo rischia di dare consistenza di realtà alla finzione dello spettacolo e, alla fine, può confondere l’uno con l’altra; tale rischio investe maggiormente la coscienza incerta e fragile dei più giovani e quella non formata da chiari orientamenti di valore. Potremmo dire che la nostra coscienza, se immatura o indifesa, è una sorta di spugna che assorbe dall’ambiente in cui è situata.

Le opinioni pronunciate dal tuo piccolo schermo o dalle colonne dei giornali godono, per lo più, di grande autorevolezza. Si sente spesso ripetere: “L’ha detto la televisione, l’ho letto sul giornale”. Colui che si affaccia al piccolo schermo per dare il suo parere, colui che parla alla radio e scrive sui giornali, acquisisce una patente di autorevolezza e, dunque, di credibilità spesso prescindendo dalla solidità dei suoi argomenti. Nei confronti dei *media* scatta una diffusa e solida fiducia che non si fonda su prove ben argomentate, ma sul potere persuasivo di tali mezzi. Solo in situazioni politiche nelle quali il sistema dei *media* sia saldamente nelle mani del potere pubblico, potere nel quale la base non si riconosce, si possono verificare incrinature in tale fiducia istintiva. I tentativi di informazione alternativa o di contro-informazione – sia nel campo della radio che della stampa -, non sono riusciti a scalfire seriamente la credibilità dei *media* più diffusi e di quelli egemoni.

(Libera scelta e trascrizione a cura di Giovanni Corallo)