

## La comunicazione del sacro dopo il Grande Giubileo del 2000

Maciej Szczepaniak

Università di Adam Mickiewicz, Poznan, Polonia

Portavoce dell'arcivescovo di Poznan

[szczepaniak@przk.pl](mailto:szczepaniak@przk.pl)

Comunicare il sacro è una delle sfide più significative dei mezzi di comunicazione. Anche se spesso i media, caratterizzati da finalità quasi prettamente commerciali, abbiano pochi punti da condividere con il sacro, pare riescano trasmettere non soltanto le notizie sugli eventi religiosi, ma anche i valori spirituali. Sembra che quest'ipotesi si sia verificata in occasione della morte di Giovanni Paolo II.

In una ricerca svoltasi nell'ambito della Pontificia Università della Santa Croce, è stata esaminata in dettaglio la copertura informativa del Grande Giubileo dell'anno 2000 in otto giornali d'informazione generale, considerati più diffusi e prestigiosi nei rispettivi paesi: *The New York Times* e *The Washington Post* (Stati Uniti), *Le Figaro* e *Le Monde* (Francia), il *Corriere della Sera* e *La Repubblica* (Italia), la *Rzeczpospolita* e la *Gazeta Wyborcza* (Polonia).<sup>1</sup>

Dalla valutazione dei messaggi giornalistici sull'importante evento ecclesiastico sono emerse alcune conclusioni riguardanti il rapporto tra la religione e i mass media. Dall'indagine sulle notizie religiose riguardanti questo evento emerge che – per usare una formula sintetica – ci sia stato un certo equilibrio nella presentazione delle dimensioni spirituali dell'evento. L'informazione giornalistica ha trasmesso la visione della Chiesa in festa, una visione a volte fondata sulla spettacolarità degli avvenimenti, ma è stata comunque in grado di produrre una nostalgia delle emozioni religiose, un vivo interesse religioso e spirituale.

### Il leader santo

Il primo fattore che ci induce a ritenere riuscita la trasmissione del messaggio spirituale da parte dei media è stato senza dubbio la figura del Papa. È sempre lui il principale protagonista del racconto e, soprattutto, il primo testimone di fede; la sua immagine infondeva alle notizie giubilari il senso del sacro. La stampa, narrando l'autenticità di alcuni momenti, ha trasmesso un vero e proprio messaggio spirituale. Le immagini del Papa sotto la croce durante la "giornata del perdono", del suo raccoglimento al Muro del Pianto, del suo guardare verso la Terra Promessa dal Monte Nebo, riproposte nei media, sono state in grado di produrre un vivo interesse spirituale.

Il pontificato di Karol Wojtyła, e in modo particolare il Giubileo del 2000, ha confermato che i media nel raccontare il sacro hanno bisogno di un leader religioso. La narrazione del Giubileo ha visto in Giovanni Paolo II il principale protagonista dell'evento. I *frames* utilizzati dai singoli quotidiani confermano la prevalenza della lettura del Giubileo nella cornice della "leadership del Papa", accentuando il primato, la facoltà di dirigere e la capacità di guida di Giovanni Paolo II, a diversi livelli, ma soprattutto a quello spirituale. Si è confermata in questo modo l'importanza della persona del Papa nel vivere un evento religioso di massa. I giornalisti stessi, diverse volte, hanno sottolineato, usando le parole di Indro Montanelli, che dal Giubileo « il Papa esce ingigantito perché i pellegrini sono accorsi a frotte da tutte le parti del mondo soprattutto per vedere e sentire Lui. »<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Maciej SZCZEPANIAK, *Il Giubileo e la stampa*, Edizioni Università della Santa Croce, Roma 2004.

<sup>2</sup> Indro MONTANELLI, "Con la Porta Santa finalmente chiusa", in *Corriere della Sera* (7.01.2001), p. 1.

I gesti simbolici di Giovanni Paolo II, i suoi lunghi silenzi densi di raccoglimento, di preghiera, di meditazione, riportati sia dai testi che dalle immagini, hanno comunicato forti contenuti religiosi. Il Giubileo raccontato attraverso le immagini del Santo Padre, si è servito della sua “comunicazione del corpo”: il suo volto, i suoi occhi, la sua persona, trasmettevano una cultura spirituale così intensa dal punto di vista mediatico da non poter essere tralasciata. I media, anche quando hanno scoperto nuove inquadrature e scenografie, hanno usato la capacità comunicativa del Papa già utilizzata con successo in precedenza. Così l’Anno Santo ha riconfermato l’importanza delle potenzialità comunicative del leader religioso che si realizzano nei grandi eventi, durante i quali – anche se viene definito “attore” – interpreta se stesso. Il Giubileo ha trovato nel Papa il suo vero e proprio testimone e artefice, la sua icona, la sua immagine.

Il messaggio giubilare visivo del Papa risultava tanto più forte quando veniva messo in relazione con le parole, come a Yad Vashem. Il messaggio pronunciato dal Santo Padre e riportato da tutti i quotidiani ha rafforzato il silenzio di Giovanni Paolo II, leggibile dalle immagini: « In questo luogo della memoria, la mente, il cuore e l’anima provano un estremo bisogno di silenzio. Silenzio nel quale ricordare. Silenzio nel quale cercare di dare un senso ai ricordi che ritornano impetuosi. Silenzio perché non vi sono parole abbastanza forti per deplorare la terribile tragedia della *Shoah* ».

Così il protagonismo del Pontefice è diventato uno strumento di catechesi. Sia le sue parole che i gesti hanno fatto di lui un confessore della fede, soprattutto perché non si è lasciato dominare dagli ingranaggi dei mezzi di comunicazione. L’hanno riconosciuto in molti, come nel toccante commento dello scrittore israeliano David Grossman: « Per un attimo, il mondo trattiene il respiro: un uomo anziano e malato si inginocchia, raccolto in preghiera con il suo Dio. Nel bel mezzo della tempesta mediatica, nel cuore di un’euforia da Woodstock, l’uomo chiude gli occhi e resta completamente solo col Signore. »<sup>3</sup>

Restano impressionanti le metafore inventate per descrivere il Papa. Talvolta si enfatizzavano le sue azioni, con l’utilizzo di intense parole: « Per il mistico Karol Wojtyła è quasi il coronamento del pontificato... Per Wojtyła è stato un trionfo. »<sup>4</sup> « Il vecchio tremante per il morbo di Parkinson ma duro come un pugile o un pescatore di Hemingway. »<sup>5</sup>

Il testo di Enzo Biagi, pubblicato nel giorno della partenza di Giovanni Paolo II per la Terra Santa, molto poetico, riepiloga il ritratto del Papa “vecchio” che nell’anno giubilare è diventato l’occasione favorevole per divulgare, attraverso i mezzi di comunicazione, la fede: « Buon viaggio, Santità. L’accompagnano i pensieri affettuosi di tanti devoti: c’è anche il mio. ... Buon viaggio, Giovanni Paolo II. Mi intenerisce l’immagine di questo vecchio prete polacco vestito di bianco, afflitto dall’età, dal Parkinson e dalla violenza, dal dolore del mondo, chino forse a meditare sul senso della vita che fugge. »<sup>6</sup>

La preghiera del Papa al Muro del Pianto è stata uno dei momenti più forti dell’Anno Santo: i quotidiani hanno trasmesso tramite le immagini, in modo più che sufficiente, questo carattere straordinario e significativo dell’evento: la scena era insolita, perché faceva vedere il Papa in uno scenario molto espressivo, da solo, al muro, in silenzio.

---

<sup>3</sup> David GROSSMAN, “Una piccola preghiera nel clamore del mondo”, in *La Repubblica* (26.03.2000), p. 11.

<sup>4</sup> Marco POLITI, “Il Papa in trionfo al Cairo: Cristiani, uniamoci”, in *La Repubblica* (26.02.2000), p. 12.

<sup>5</sup> Claudio MAGRIS, “Mea culpa, atto di forza”, in *Corriere della Sera* (13.03.2000), p. 1.

<sup>6</sup> Enzo BIAGI, “Sotto quel cielo di Gerusalemme”, in *Corriere della Sera* (21.03.2000), p. 1.

Anche la sua malattia col passare del tempo non veniva ormai considerata più come uno *scoop* informativo, ma è diventata piuttosto il punto di forza, ha compreso in sé, in qualche senso, la potenza dello spirito, fondata sulla profonda fede in Dio e la fiducia posta in Lui. L'immagine del Papa sofferente è servito per descrivere la richiesta di perdono come se fosse un'azione salvifica: « Curvo sotto il peso degli anni e dei malanni, Giovanni Paolo II sembrava portare ieri sulle spalle tutti gli errori dei cristiani e del mondo commessi da duemila anni a questa parte. »<sup>7</sup>

La ricerca del sacro lungo la via

Il secondo aspetto positivo della narrazione del Giubileo è rappresentato dalla risonanza che l'avvenimento stesso ha prodotto. Sono stati quindi i pellegrini, spinti a partecipare, narrati e raffigurati nella stampa, il fattore che ha veicolato la comunicazione del sacro. I giovani pronti a varcare la Porta Santa del Giubileo e i pellegrini "ritardatari" nelle ultime ore dell'evento hanno spinto i mass media a raccontare la Porta Santa attraverso un linguaggio spiritualmente denso, dando una vera e propria forza all'insegnamento del Papa.

Così il Giubileo ha evidenziato come il linguaggio simbolico, tanto importante per la religione, per essere giornalmisticamente gradito debba risultare non soltanto chiaro e facile da tradurre, ma innanzitutto realistico. Anche se il Papa diverse volte ha spiegato il significato del simbolo-chiave del Giubileo, la Porta Santa, la forza a questo messaggio è stata data dai pellegrini. È chiaro come l'uso di simboli possa aiutare la comunicazione del messaggio religioso, ma i simboli stessi hanno bisogno, forse più di ogni altra cosa, di immagini, di "realtà", che li rendano comprensibili, coinvolgenti e persuasivi.

Il racconto giornalistico presentava la ricerca del sacro non soltanto sotto l'aspetto della meta dei pellegrinaggi, Roma, Gerusalemme o il Monte Nebo, ma soprattutto narrando il viaggio delle persone concrete, il modo di viverlo, il loro avvicinamento al luogo di culto. È per questo che durante il raduno giovanile ad agosto si è parlato tanto del cammino dei giovani.

Il tema del pellegrinaggio era notiziabile perché coinvolgeva persone vere e dava la possibilità di raccontare storie personali. La forza comunicativa di questo tipo di narrazione giornalistica si è palesata sia nelle immagini che nei testi, soprattutto del genere complementare che si mostravano più validi per trasmettere contenuti più complessi. In ogni modo si trattava di cogliere le emozioni delle persone vere, di porre l'enfasi sul protagonista di un evento, di sviluppare un tema attraverso un'esperienza individuale. Questo tipo di racconto ha attribuito significatività alle notizie, ha favorito la loro riconoscibilità e memorizzazione. In questo senso pare che il Giubileo "di massa" – contrariamente a quello che si era temuto – non abbia deformato il significato religioso degli eventi: puntando sulle storie personali, sul protagonista attratto dall'avvenimento sociale, si rispondeva all'ansia della comunione propria della Chiesa intesa come corpo sociale. Così il racconto giubilare probabilmente ha avuto anche un ruolo stimolante, invitando il lettore ad essere consapevolmente presente nella vita della propria comunità cristiana. Lo confermano le *chat-line* nei giornali italiani durante il raduno giovanile, di cui alcune *e-mail* venivano riproposte nelle edizioni stampate.

Ha fatto "carriera" un ragazzo polacco, Tomasz Kluszczyński, citato da alcuni giornali come esempio del pellegrino modello. La sua storia è apparsa sul *Corriere della Sera*, ed è stata ricopiata

---

<sup>7</sup> Bruno BARTOLONI, "Il Papa: cinque volte «mai più»", in *Corriere della Sera* (13.03.2000), p. 5.

un giorno dopo da *Le Figaro* e da *Rzeczpospolita*.<sup>8</sup> La trama del testo si intesse sul contrasto. Da una parte un ragazzo forte («è arrivato percorrendo, a piedi, 1.200 chilometri»), moderno («scarponi tecno, pantaloncini beige»), religioso («lacoste bianca ma al posto del cocodrillo c'è la croce dei Benedettini»), attraente («con le gote rosa dei suoi vent'anni e i corti riccioli biondi, sembra piuttosto un angelo di passaggio»), intelligente («...racconta nel suo inglese impeccabilmente british»). Dall'altra parte la sua delusione: «Nei monasteri, lungo la strada, trovavo l'accoglienza semplice e genuina. A Roma difficoltà e problemi. Ho chiesto aiuto all'abbazia di Sant'Anselmo. Loro mi hanno indirizzato a un ostello, che costa 50.000 lire a notte.» È il contrasto tra i buoni propositi e il capitalismo, tra i giubilei di prima e quello di oggi.

La fede viva e devota si è palesata spesso nei testi giornalistici attraverso metafore ornate e parabole. È stato descritto «un fiume di cuori, volti, linguaggi, bandiere, e inni di fede»,<sup>9</sup> un fiume di credenti talvolta irrazionale, in cerca di Divino: «La ricerca di Dio vince le ferree regole degli uscieri, che comandano anche nel regno dei pontefici.»<sup>10</sup> Una delle caratteristiche particolari è la diversità, la “universalità” di questo fiume.

La ricerca di Dio è persistente, instancabile, entusiasmante: «La foule, la fatigue, la fête, la chaleur, et Dieu dans tout ça ? Miracle : malgré la chaleur abrutissante, les jeunes se mettent à discuter, montrant leur soif de partager leur foi et leurs interrogations. L'enthousiasme – au sens étymologique – fléchit parfois mais ne s'éteint pas.»<sup>11</sup> In occasione del pellegrinaggio in Terra Santa in *Le Figaro*, su una fotografia molto espressiva, un ragazzo diede al Papa il vaso con la terra di Giordania, guardandogli negli occhi; la scena sembra durare un secolo: gli ufficiali guardano, un soldato saluta, e due personaggi principali, il Papa e il ragazzo si guardano come se volessero capire lo stato dell'anima.

Attraverso le immagini del Giubileo si poteva quasi “vedere se stessi”. Il valore di identificazione nel modo di raccontare il Giubileo è stato perfettamente adoperato nelle pubblicità apparse nei giornali italiani in occasione della chiusura dell'Anno Santo che proponevano lo slogan *Io c'ero* sullo sfondo di una piazza San Pietro affollata. Spesso il simbolismo delle immagini veniva potenziato dalle rievocazioni e reminiscenze: qui la loro interpretazione si fondava sulle conoscenze dello spettatore.<sup>12</sup>

Da queste osservazioni emerge il postulato che il messaggio della Chiesa, per essere pienamente recepito, deve essere comunicato sia con parole che con gesti e fatti; il momento religioso rischia di risultare debole quando è ridotto solo ai discorsi. Il gesto, il simbolo, l'immagine rafforza il messaggio verbale, attiva l'emotività, il sentimento, la fantasia. Riprodotto dai media, crea un'atmosfera particolare, insolita, ci fa partecipi di una realtà spirituale.

## La riconciliazione

<sup>8</sup> Cf. Claudio LAZZARO, “A piedi dalla Polonia, deluso proprio all'arrivo”, in *Corriere della Sera* (11.08.2000), p. 17; Richard HEUZÉ, “Les premiers pèlerins arrivent à Rome”, in *Le Figaro* (12.08.2000), p. 5; Jacek MOSKWA, “Duchowa strawa dla półtora miliona”, in *Rzeczpospolita* (12.08.2000), p. 5.

<sup>9</sup> Marco POLITI, “Un'onda di due milioni ha sommerso Roma”, in *La Repubblica* (19.08.2000), p. 4.

<sup>10</sup> Marco POLITI, “Il popolo di Wojtyła”, in *La Repubblica* (6.01.2001), p. 14.

<sup>11</sup> Astrid de LARMINAT, “De la fête à la réflexion”, in *Le Figaro* (17.08.2000), p. 6.

<sup>12</sup> Questo valore rievocativo delle immagini è stato ben afferrato dal giornalista della Rai, Giuseppe De Carli, che a proposito della visita papale al Santo Sepolcro a Gerusalemme, osservava: «Spenso il microfono e lascio la cuffia della diretta perché sopraffatto dall'emozione. Nella mente, si affollano in modo convulso i principali eventi di duemila anni di storia insanguinata, sento i passi affannati, sento l'ardore di milioni di pellegrini che, con il desiderio, hanno accarezzato e si sono inginocchiati a baciare quelle pietre sante», Giuseppe DE CARLI, “Emozioni di un cronista”, in Mario MORCELLINI (a cura di), *Il Papa dei gesti*, Rai-Eri, Roma 2003, p. 44.

Una delle chiavi narrative del Giubileo è stata quella di raccontare la riconciliazione, il pentimento e il perdono. È il terzo fattore che ci induce a ritenere riuscita la trasmissione del messaggio spirituale da parte dei media durante il Giubileo.

L'aspetto penitenziale dell'evento è risultato traducibile dal punto di vista giornalistico: anche se spesso banalizzato, come nel racconto delle indulgenze dopo la pubblicazione della bolla *Incarnationis Mysterium*, è stato comunque emblematico. Le confessioni dei giovani durante la GMG hanno fatto notizia come un evento "mai visto prima e inaspettato". L'area del Circo Massimo è stata ribattezzata un grande confessionale, la confessione stessa veniva denominata "lavarsi il cuore", il racconto era vivo, simbolico e metaforico. « Il Circo Massimo è una nuvola di incenso. I teen ager di Wojtyla continuano a raccontare il buio e la luce dei loro cuori. Duemila sacerdoti ripetono: Ti assolvo nel nome Dio. »<sup>13</sup>

Non è da sottovalutare, il fatto che spesso la narrazione della riconciliazione sia stata caratterizzata dall'approfondimento e dalla documentazione. Riportando interi testi dei discorsi papali, favorendo inchieste di una certa rilevanza, ricostruendo il contesto storico, culturale e religioso degli eventi, le testate sono diventate un mezzo per contestualizzare l'evangelizzazione, hanno catalizzato l'attenzione del lettore su venti secoli di storia religiosa. Il Papa ha voluto fare del Giubileo un'occasione per la catechesi; grazie all'approfondimento e alla documentazione i giornali hanno fatto parte di questa impresa, mossi da considerazioni professionali: i contenuti erano giornalmisticamente rilevanti.

Nel raccontare la riconciliazione ci sono state anche due caratteristiche negative. La narrazione si faceva sarcastica e crudele, quando era difficile tradurre un fenomeno così complesso nel linguaggio giornalistico e il senso sfuggiva al semplice racconto. È il caso dell'articolo d'opinione di Sandro Veronesi: « "Io non ti assolvo": così dovrebbe dire, quel prete di colore al ragazzo che sta confessando. Barbina, occhialini di metallo, aria compunta da commercialista, metti che abbia tradito la sua ragazza - la faccia del traditore ce l'ha: "Io non ti assolvo", dovrebbe dirgli il prete. (...) E invece lo assolve, ecco, vai in pace. »<sup>14</sup> Il testo, tra l'altro, sembra dare prova anche dei conflitti personali dell'autore, confermando la tesi di raccontare, soprattutto riguardo ai giovani, più le esperienze e le delusioni generazionali degli stessi autori che l'immagine della realtà.

In secondo luogo, il tema della possibile autocritica della Chiesa è stato presentato da alcuni come un debito morale, narrando non tanto la Chiesa che chiede perdono, ma piuttosto la società che pretende una giusta retribuzione; così si collegava facilmente – come hanno fatto vedere anche le immagini pubblicate nella stampa in occasione del *mea culpa* papale – al tema dell'Inquisizione. L'editoriale di *The New York Times*<sup>15</sup> rispecchiava la comune insoddisfazione che un gesto del genere doveva portare, perché si trovano sempre gruppi incontentabili; in questo caso gli omosessuali e le femministe, quelli pro-aborto e pro-ordinazioni sacerdotali delle donne, e anche gli ebrei. Al posto del pentimento del Papa viene richiesto il pentimento per le infedeltà alle leggi morali stabilite dalla redazione della testata. Ciò detto, si inserivano anche espressioni "grandi" che sottolineavano la natura coraggiosa e la portata storica del gesto, il ruolo di Giovanni Paolo II, combattente contro gli oppositori.

## La planetarizzazione

---

<sup>13</sup> Maria NOVELLA DE LUCA, "Il mea culpa di massa dei teen ager di Dio", in *La Repubblica* (17.08.2000), p. 8.

<sup>14</sup> Sandro VERONESI, "Una gioventù lieve e sorridente ma priva dei tormenti della giovinezza", in *Corriere della Sera* (18.08.2000), p. 1.

<sup>15</sup> "The pope's apology", in *The New York Times* (14.03.2000), p. A22.

“La planetarizzazione”: forse è questa la parola giusta per riassumere il racconto dell’aspetto universale del Giubileo da parte dei media, che riteniamo il quarto fattore importante per la narrazione del sacro.<sup>16</sup> Si può constatare come tutto il Giubileo sia stato volutamente raccontato dai mezzi di comunicazione nella sua dimensione planetaria, come l’evento in grado di riunire i credenti di varie confessioni cristiane e di varie religioni, che fanno festa in tutte le parti del mondo. In questo senso tanti eventi giubilari si sono sintonizzati molto bene con la natura dei media che spesso tendono ad essere “ecumenici” e globalizzati.

L’incontro dei giovani a Roma è stato l’avvenimento su cui si è giocata l’immagine mediatica del Giubileo. La visione principale è stata quella dei ragazzi in pellegrinaggio, in preghiera, in raccoglimento, in penitenza e in divertimento, in cammino sotto il sole, al fresco nelle fontane. I giovani fotografati così sono diventati la personificazione del Giubileo. L’evento ha sintetizzato in sé tutta la gamma dei seri argomenti spirituali e umani.<sup>17</sup> Le immagini tendevano a mostrare le varie categorie di gente del Giubileo: i loro vestiti, la loro diversità, quindi l’universalità della comunità cristiana variopinta e multicolore.

Questa tendenza è stata anche potenziata grazie agli incontri ecumenici e interreligiosi. Attraverso l’immagine dell’apertura ecumenica della Porta Santa, si poteva vedere l’effetto dell’unità, cioè l’atto di inginocchiarsi sulla soglia della Porta Santa da parte dei tre rappresentanti delle Chiese cristiane. Questa immagine è stata probabilmente una delle fotografie più belle del Giubileo: piena di solennità, ferma, dotata di una certa maestà, indubbiamente aveva la forza di attirare l’attenzione dei lettori. A proposito dell’immagine si è parlato dei *tre fratelli*, dei *tre pastori*, o addirittura dei *tre re magi*, che stavano in adorazione, come se fossero venuti a Betlemme.

## Conclusione

Durante l’Anno Santo la Chiesa, presente sulle pagine dei giornali in modo costante, si è rivelata in grado di offrire ai mezzi di comunicazione i veri valori religiosi traducibili in un linguaggio giornalistico. La stampa non ha voluto catechizzare, non è questo certo il suo compito, ma non poche volte i giornali sono riusciti a cogliere il significato degli eventi religiosi e a informare delle vere intenzioni dei protagonisti. E questo non è poco.

Il racconto giornalistico del Giubileo dell’anno 2000 ha già lasciato il posto alla storia. Sembra che dopo il pontificato di Giovanni Paolo II, e soprattutto dopo il Grande Giubileo del 2000, la Chiesa e la religione appaiano nei media in modo assai diverso. Le quattro caratteristiche del racconto giubilare – il bisogno di un leader religioso, il pellegrinaggio e la ricerca del sacro, la riconciliazione e la planetarizzazione – in qualche senso sono diventate il prologo della narrazione della morte di Giovanni Paolo II<sup>18</sup>. Così sono diventate l’elemento importantissimo per la comunicazione del sacro dopo il duemila.

VERSIONE PROVVISORIA IN ATTESA DELLA PUBBLICAZIONE DEGLI ATTI
---

---

<sup>16</sup> Singolare in questa prospettiva è il testo di Georges SUFFERT, “Le pèlerinage planétaire de Jean-Paul II”, in *Le Figaro* (25.02.2000), p. 12.

<sup>17</sup> Cf. Gianpiero GAMALERI, *La galassia dei media*, Edizioni Kappa, Roma 2001, pp. 37-38.

<sup>18</sup> In un libro, pubblicato in Polonia per ricordare gli eventi del 2 aprile 2005, le fotografie giornalistiche delle più grandi testate polacche raccontano i sentimenti comuni che richiamano proprio le caratteristiche del Giubileo; cf. AA.VV., *Zegnaj*, KSW, Poznań 2005.