

## “FRAMING” E “NEWS VALUES” NELL’INFORMAZIONE SULLA CHIESA CATTOLICA

Prof. Diego Contreras  
Facoltà di Comunicazione  
Pontificia Università della Santa Croce

Alcune settimane fa, durante un seminario accademico su argomenti di comunicazione, uno dei presenti domandò: “quanti di voi avete sentito parlare in parrocchia dell’enciclica *Deus caritas est?*”. Ci fu un momento di silenzio: erano trascorsi quasi due mesi dalla pubblicazione del documento e nessuno dei presenti ricordava di aver ascoltato nulla al riguardo nell’omelia domenicale. In quel momento mi sono reso conto che tutto quello che sapevano della prima enciclica di Benedetto XVI proveniva dalle notizie della stampa.

Non pretendo di dare a questo piccolo episodio una validità universale. Sono sicuro che in molti posti, fin dal principio, l’enciclica è stata abbondantemente commentata e spiegata. Credo però di non sbagliarmi se affermo che forse non è stato questo un fatto isolato.

Voi mi direte che ciò che si comunica nelle omelie eccede le competenze degli uffici comunicazione e che, pertanto, si tratta di una lamentela che non ha senso presentare qui. In realtà non voglio lamentarmi. Ho riportato quest’esempio per mettere in risalto nuovamente l’importanza che ha nella vita della Chiesa l’informazione giornalistica. E non solo nel suo versante “esterno” ma anche “interno”: oggigiorno *l’unica* informazione che molti fedeli ricevono su temi d’importante peso pastorale è ciò che è pubblicato nei mezzi di comunicazione. Di fatto, consapevolmente o no, la Chiesa si affida ai mezzi di comunicazione per comunicare con i suoi fedeli: adopera il sistema già esistente.

Nel mio intervento voglio mettere l’accento sui contenuti della comunicazione istituzionale. La prima parte sarà piuttosto descrittiva su alcuni aspetti dell’informazione giornalistica sulla Chiesa. Nella seconda cercherò di formulare alcune proposte.

### 1. INFORMAZIONE GIORNALISTICA E COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Parlavo dell’enciclica *Deus caritas est* e devo dire che non sono in grado di ricordare adesso esattamente cosa ho letto sui giornali o sentito alla televisione, ma mi è rimasto il tono e l’inquadramento: vale a dire come è stata presentata e descritta. Nel caso specifico dell’enciclica, mi sembra che questi inquadramenti hanno trasmesso una visione essenzialmente positiva: per esempio, che la vita cristiana non è un elenco di proibizioni. In altre occasioni la prospettiva è stata molto negativa (pensiamo ad esempio alla dichiarazione *Dominus Iesus*).

Qui si potrebbe aprire il capitolo su informazione giornalistica e evangelizzazione. Non voglio entrare ora in questo dibattito, ma non c’è dubbio che se consideriamo l’evangelizzazione come un compito destinato a promuovere la libera adesione alla fede, l’informazione giornalistica ha qualcosa da apportare. Se “la parola greca per dire ‘convertirsi’ significa cambiare mentalità, mettere in discussione il proprio modo di vivere e il modo abituale di vivere, lasciar entrare Dio nei criteri della propria vita, non giudicare più semplicemente secondo le opinioni comuni”<sup>1</sup>, penso che, in effetti, la comunicazione giornalistica, da una parte, e la comunicazione istituzionale, dall’altra,

---

<sup>1</sup> Cfr. Joseph RATZINGER, “La nuova evangelizzazione”, nel *L’Osservatore Romano*, 19 Gennaio 2001.

possono – almeno – adempiere alla funzione di preambolo. E questo anche quando devono occuparsi di situazioni negative o di crisi: in questi casi, non si rinuncia neanche a far conoscere la verità della vita della Chiesa, una vita di cui il peccato forma parte integrante.

L'informazione giornalistica e la comunicazione istituzionale della Chiesa possono facilitare nel pubblico la comprensione razionale e vitale di quello che è la vita cristiana; possono offrire un contesto e delle chiavi che le diano significato. Entrambe condividono alcuni criteri professionali (per esempio, il senso della notizia), ma realizzano la loro attività da punti di vista differenti:

-la comunicazione istituzionale cerca di far conoscere l'identità dell'istituzione. Prende spunto dall'attività della proprio istituzione e dai temi di attualità che configurano l'agenda informativa, per articolare la sua presenza nella "piazza pubblica" e trasmettere i punti di vista istituzionali. Lo fa però seguendo criteri informativi. (Ad esempio non usa l'esortazione).

-l'informazione giornalistica, da parte sua, fornisce i dati e il contesto su questioni considerate di rilevanza pubblica. I professionisti dell'informazione tentano di spiegare le ragioni dei fatti e situare nel contesto le decisioni umane di interesse generale. Perciò si rivolgono ai rappresentanti delle istituzioni, anche della Chiesa: dar loro voce non significa far loro un favore o fare apologia dell'istituzione ma fare giornalismo: ossia, offrire validi elementi per la comprensione, la discussione e il dialogo sociale.

Forse è inevitabile che tra i professionisti dell'informazione giornalistica e quelli della comunicazione istituzionale esista un certo livello fisiologico di sospetto reciproco. Ma senza esagerare: è assurdo il ragionamento di chi pensa (da parte della stampa) che si può fare un autentico giornalismo solo quando si "attacca". Oppure (da parte del dipartimento di comunicazione) che ogni critica è, per definizione, un attacco. In realtà, è preferibile sottolineare quello che unisce. Se vogliamo usare una metafora militare, quello che unisce è l'esistenza di un *nemico* comune che bisogna combattere: l'ignoranza del pubblico.

Un terreno di intersezione tra il lavoro del giornalista e del dipartimento di comunicazione sono i testi giornalistici, considerati in senso ampio. Ma, in realtà, i testi giornalistici sono il risultato di un'altra interazione ancora più potente: quella tra la *percezione del giornalista* che li scrive e lo *sforzo dell'organizzazione commerciale per la quale lavora*, che deve attrarre l'attenzione del pubblico per vendere. L'intreccio è così stretto che è difficile distinguere dove termina uno e inizia l'altro.

Questa distinzione tra la percezione del giornalista e gli interessi commerciali (o ideologici) della casa editrice ci permette di affrontare i due aspetti menzionati nel titolo di questo intervento: i "news values" e il "framing". Si tratta di due concetti molto legati fra loro, ma abbastanza scivolosi.

## 2. "NEWS VALUES" E "FRAMING"

Ricordiamo brevemente cosa intendiamo per "news values": si tratta di quegli elementi della notizia che attraggono l'attenzione e invitano alla lettura. Una di queste caratteristiche è la negatività: ciò che è "cattivo" crea notizia. Si presenta in forma di danno, morte, conflitto, scontro, deviazione, ecc. Un'altra è la vicinanza fisica o psicologica, o l'influenza che determinati fatti possono avere nella mia vita di cittadino. In altri casi, l'interesse sorge perché predomina il nuovo, l'inaspettato, l'eccellente. O piuttosto perché la notizia si riferisce all'élite, perché risveglia la curiosità o l'interesse umano.

Queste caratteristiche si presentano di solito mescolate e dipendono, in molte occasioni, dalla consonanza con altre notizie presenti nel menù informativo di un determinato momento. Lo abbiamo visto durante la settimana santa del 2006: i riferimenti a Giuda – abituali nei sermoni del Triduo Sacro – si trasformarono in notizia a causa della pubblicazione del cosiddetto “vangelo di Giuda” daparte del “National Geographic”.

Questi “valori notizia” sono modi di captare la realtà che “funzionano”, poiché suscitano l’interesse del pubblico. Però non sono elementi neutrali: influiscono sui contenuti e su come si presentano. Si potrebbe affermare che sono utili perché facilitano il lavoro dei giornalisti e li aiutano a scoprire dov’è il filo della matassa. Tirando questo filo costruiscono il testo informativo.

D’altro canto, il “framing” è l’operazione per mezzo della quale diamo senso a un’informazione, prestando enfasi ad alcuni elementi ed escludendo altre possibili angolature. Questo inquadramento è sintetizzato di solito nei titoli e nei primi paragrafi delle informazioni<sup>2</sup>. Per dirla in breve, il quadro o “frame” è quello che rimane dopo che abbiamo dimenticato i dati concreti della notizia. Lo si vedeva prima in riferimento all’enciclica *Deus caritas est*.

I testi giornalistici realizzano un’operazione di “framing” esplicito nei confronti di un avvenimento concreto, ma la ripetizione di inquadramenti fa sì che cristallizzino “frames” impliciti: si arriva così al cliché o allo stereotipo. E’ evidente che neanche questo processo è neutro, dato che dipende in buona parte dal nostro modo di comprendere il mondo.

### 3. IL CASO DELLA CHIESA CATTOLICA

Possiamo vedere adesso come si manifestano queste due caratteristiche nell’informazione giornalistica sulla Chiesa cattolica. Siccome la diversità geografica e temporale è molto ampia, rimaniamo nelle linee generali, prendendo spunto da uno studio empirico riferito alla stampa internazionale<sup>3</sup>.

Sinteticamente si può dire che il *conflitto* è l’ingrediente dominante nelle notizie, seguito dall’*interesse umano*. In effetti, nel 20 per cento delle notizie sulla Chiesa cattolica esiste un elemento centrale conflittuale, mentre l’interesse umano predomina nel 16 per cento dei testi. Altri possibili “news values”, come la curiosità, restano molto indietro. Il conflitto è un elemento così frequente nell’informazione giornalistica in generale, che quasi si potrebbe affermare che la notizia è il “bene” contro il “male”, lo “status quo” contro il “cambiamento”, ciò che “è accaduto” contro ciò che “vorremmo accadesse”, la “destra” contro la “sinistra”, ecc. L’interesse umano è quello che attrae la nostra attenzione proprio perché fa riferimento ad aspetti umani con i quali è facile identificarci o fanno appello ai nostri sentimenti.

Nell’informazione giornalistica sulla Chiesa cattolica è interessante osservare che un quinto dei casi di conflitto si riferisce a un conflitto all’interno della Chiesa stessa. Le controversie ecclesiastiche ricevono un trattamento privilegiato anche in quei mezzi di comunicazione che si autodefiniscono “laici” e teoricamente distaccati dalle questioni religiose. Le ragioni di questo interesse sono diverse: senza dubbio il conflitto interno offre una buona dose di *drammaticità* e mostra la Chiesa

<sup>2</sup> Cfr. Karen S. JONHSON-CARTEE, *New Narratives and News Framing. Constructing Political Reality*, Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, MD, 2005

<sup>3</sup> I dati provengono concretamente da uno studio che analizza la copertura informativa sulla Chiesa cattolica realizzata da dieci quotidiani dell’Europa e degli Stati Uniti. Il campione di testi risale all’anno 1998. Vid. Diego CONTRERAS, *La Iglesia católica en la prensa. Periodismo, retórica y pragmática*, Eunsa, Pamplona, 2004.

come uno scenario di lotte di potere o di ambizioni: è una prospettiva che per alcuni può essere redditizia ideologicamente. E' superfluo sottolineare che dal punto di vista della comunicazione istituzionale, il conflitto interno è una situazione particolarmente insidiosa, poiché se la divisione - presunta o reale - è dannosa per qualunque istituzione, tanto più per la Chiesa cattolica, per la quale l'unità è una delle note caratteristiche.

Più complessa è la descrizione dei "frames" più frequenti nella stampa al momento di trattare la Chiesa cattolica. Per questa analisi c'è bisogno di un certo grado di astrazione. Sarebbe possibile, ad esempio, riepilogare in tre grandi gruppi i "frames" giornalistici più comuni sulla Chiesa, che si potrebbero organizzare in base alla loro valutazione:

-il primo gruppo avrebbe un tono positivo per la Chiesa cattolica e conterebbe due "frames":

a) *La Chiesa come organizzazione che fa del bene all'umanità*: si evidenzia il lavoro assistenziale, umanitario, di difesa dei diritti umani, ecc., senza riferimenti espliciti alla sua missione spirituale.

b) *La Chiesa come realtà spirituale e umana che agisce onestamente e si sforza di mantenere la continuità con la dottrina di Cristo*: vi sono riferimenti al suo carattere spirituale; questo punto di vista si potrebbe manifestare anche in testi di valutazione negativa, però dai quali si deduce che la Chiesa agisce con onestà e con il proposito di essere coerente con la sua identità.

-il secondo gruppo conterebbe i quadri interpretativi di carattere negativo. I più frequenti sono:

a) *La Chiesa come istituzione che, in realtà, non è - o non è stata - ciò che dice di essere*: si trasmette l'idea che la Chiesa è poco affidabile, bugiarda, con degli scheletri nell'armadio, con una storia torbida, che non riconosce.

b) *La Chiesa come una struttura che evidenzia aspetti incompatibili con la società moderna e democratica, con il progresso o la tolleranza*: In alcune occasioni questa rappresentazione si fa per via indiretta: ad esempio, testi nei quali ci si scandalizza di fronte a quello che si giudica un'intromissione della Chiesa nei campi civili (divorzio, aborto, ecc.), o nei quali sono screditati i punti di vista etici poiché si considerano come un freno allo sviluppo scientifico, ecc. Anche quando è presentata come una struttura non democratica (non c'è collegialità) o non rispettosa dell'uguaglianza (discriminazione della donna).

c) *La Chiesa come un'istituzione religiosa i cui membri hanno comportamenti poco evangelici*: sono sottolineati i modi d'agire personali o istituzionali (arroganza, scandalo, ecc.) considerati incompatibili con il fatto di professarsi cristiani, ma non c'è uno screditamento generale della Chiesa.

d) *La Chiesa come istituzione marginale*: influisce poco nella società, i problemi che tratta non interessano alle persone, o interessano solo come qualcosa di curioso o divertente. A volte questo punto di vista si evidenzia nell'enfasi di situare "ciò che è cattolico" in un *ghetto* o quando si esalta un modello di Chiesa "molto spirituale", separata dai problemi umani.

e) *La Chiesa come una struttura umana*: della quale vengono sottolineati i conflitti interni, le lotte di potere, o piuttosto viene considerata al pari di un'azienda (ad esempio si sottolineano i successi e i fallimenti, ecc.).

-per ultimo, un terzo gruppo conterebbe "frames" di valutazione indifferente o neutra:

a) *La Chiesa come un'istituzione che ha un peso sociale ed è interessante conoscere la sua opinione*: senza bisogno di evidenziarlo esplicitamente, il fatto di concederle spazio significa che il quotidiano ritiene interessante conoscere i punti di vista della Chiesa su una questione concreta.

b) *La Chiesa come un'istituzione in più, senza caratterizzarla*: ad esempio, si sottolineano aspetti organizzativi, ecc. a volte il tipo di testo o il contenuto non si prestano a un inquadramento (informazioni brevi, ecc.).

La frequenza di questi quadri interpretativi dipende dal momento storico e dall'ubicazione geografica. In generale, è possibile osservare che, contrariamente all'impressione che a volte si può avere, i "frames" negativi non sono i più comuni. Di fatto, la distribuzione in percentuale di questi tre gruppi è la seguente:

- "frames" positivi: 49%
- "frames" negativi: 30%
- "frames" indifferenti o neutri: 21%

Questi dati –dell'anno 1998- corrispondono ad una situazione normale, non determinata da eventi particolarmente significativi. Negli ultimi tempi, si ha la sensazione, almeno in alcuni paesi, che siano aumentati i quadri interpretativi di carattere negativo, come espressione di una certa "insofferenza" di fronte alla presenza della Chiesa nella vita pubblica. E' un dato che dovrebbe essere confermato empiricamente. Ad ogni modo, come vedremo in seguito, il problema non fa riferimento solo all'informazione sulla Chiesa, ma è manifestazione di una crisi culturale più profonda.

Prima si accennava all'interazione tra la percezione del giornalista e gli interessi del mezzo di comunicazione per il quale lavora. Forse è più facile comprenderlo ora, dato che ha a che vedere con la scelta di "valori notizia" e "schemi interpretativi". Ad esempio, al momento di assumersi l'incarico di coprire un determinato evento, il giornalista può ricevere già, da parte del suo capo redattore, il "frame" o il punto di vista con cui focalizzarlo. In altri casi, l'apporto del mezzo di comunicazione si fa *a posteriori*: ad esempio, attraverso titoli in cui si evidenziano aspetti che forse nel testo scritto dal giornalista erano secondari.

Per indicare un caso concreto, possiamo ora cercare di descrivere quali furono le "news values" e i "frames" più frequenti nelle informazioni che circondarono la morte di Giovanni Paolo II e l'elezione di Benedetto XVI:

a) riguardo alla morte, il valore predominante fu *l'interesse umano* in una doppia dimensione: da un lato, diretto verso la figura del Papa defunto e dall'altro verso la reazione della gente, soprattutto a Roma. Il "frame" di fondo era l'immagine di un Pontefice che si era dato senza limiti alla sua missione, nonostante la malattia e la vecchiaia.

In mia opinione, la presenza di questo interesse umano alterò in modo inaspettato la copertura informativa della morte del Papa. Il materiale preparato in anticipo (più carico, senza dubbio, di inquadramenti ideologici critici sul pontificato) fu obbligato a lasciare spazio all'informazione, alla testimonianza personale e alle valutazioni delle persone comuni: la notizia si trovava nelle strade di Roma. Questo fu vero soprattutto in televisione, ma anche nella stampa.

b) la cosa curiosa fu che, negli stessi giorni in cui si piangeva la morte del Papa e nasceva ammirazione per lo spontaneo omaggio che gli rendevano centinaia di migliaia di persone, la stessa

stampa stava diffondendo altre versioni della vita della Chiesa: il cammino verso il Conclave si interpretò, in generale, con le categorie di conflitto e scontro tra cardinali progressisti e conservatori. Una volta eletto Benedetto XVI, il “frame” si focalizzò nel presentarlo come “l’uomo duro” del Vaticano, e indagare fino a che punto la scelta provocava accettazione e rifiuto dentro e fuori la Chiesa.

Questa molteplicità e simultaneità di “frames” è un dato interessante, poiché dimostra come negli stessi mezzi di comunicazione possano coesistere inquadramenti anche contrapposti. Indica, inoltre, che si può produrre un processo di “re-framing”: vale a dire, un quadro interpretativo può modificarsi e dar luogo ad un altro. Una prova consiste nel comprovare come è cambiata, durante gli ultimi dodici mesi, l’immagine di Benedetto XVI in alcuni mezzi di comunicazione.

#### 4. DEFORESTAZIONE CULTURALE

Dopo questa descrizione, vorrei dare al mio intervento un contenuto più propositivo. E parto da due constatazioni. La prima è che l’importanza dei “frames”, nell’orientare la percezione del pubblico sui temi più diversi, non è passata inosservata alle imprese commerciali né alle istituzioni politiche. Attualmente sono destinate importanti risorse umane e investimenti economici a scoprire come si creano, si modificano e si controllano questi inquadramenti, vale a dire i contesti e i significati che le parole attribuiscono alle cose e alle azioni.

Ad esempio, nel terreno delle ideologie politiche belligeranti si è formulato il principio secondo il quale per avere successo è necessario mantenere il privilegio di enunciare e definire i problemi: chi riesce a stabilire prima il “frame” su un determinato tema, ha già vinto buona parte della battaglia<sup>4</sup>. Evidentemente i dipartimenti di comunicazione delle istituzioni ecclesiastiche non si muovono nell’ambito della lotta politica. La fede cristiana non è un’ideologia. Questo non impedisce che si possa riflettere su questi fenomeni in modo professionale, senza intenzioni manipolatrici.

Una seconda constatazione è che l’ambiente culturale in cui si sviluppa l’attività della Chiesa ha perso, e continua a perdere, alcune coordinate che aiutavano ad orientarsi. Senza questi punti di riferimento condivisi, il messaggio cristiano corre il rischio, non solo di apparire irrilevante, ma di essere percepito perfino come contrario agli interessi della società.

Nella nostra epoca si sta producendo una deforestazione concettuale: si stanno sopprimendo gli alberi –le parole e i concetti– che aiutano il terreno ad essere stabile e non soffrire gli effetti dell’erosione. Ora si corre il rischio che ogni tempesta e colpo di vento trascini con sé superfici immense di terreno. E’ un deterioramento che sta impoverendo coltivazioni intellettuali che sono state lavorate, e hanno dato frutti per secoli.

Basta aprire al mattino le pagine dei quotidiani per vedere come si mettono in discussione questioni antropologiche considerate fino ad ora così elementari e ovvie, che questa stessa ovvietà rende difficile la formulazione di risposte rapide, brevi ed efficaci.

Chi lavora nell’ambito della comunicazione istituzionale della Chiesa non può vedere questa situazione come qualcosa di estraneo alla propria attività. E’ necessario sviluppare un lavoro propositivo che, in questo campo, significa rimboschire: piantare nuovi alberi, consapevoli anche che l’effetto benefico tarderà ad arrivare. La nostra epoca chiede uno sforzo simile a quello che si

---

<sup>4</sup> Cfr. Juan José GARCÍA-NOBLEJAS, *Il framing: il senso delle parole ed il senso delle cose*. Testo della lezione inaugurale dell’anno accademico 2005/6 nella Pontificia Università della Santa Croce. Roma, 2006.

sviluppo in altri momenti della storia. Dal mio punto di vista, si rende necessario che i dipartimenti di comunicazione della Chiesa dedichino parte delle loro energie a questo compito a lungo termine che verte su questioni che non sono secondarie.

## 5. RIMBOSCHIMENTO CULTURALE

Il “rimboschimento culturale” consiste nel concepire, definire, e divulgare “frames” che riflettano la dignità della persona umana come creatura di Dio. Con questa finalità si devono condurre operazioni di “re-framing”, il che implica molte volte riformulare le questioni.

Davanti a “frames” negativi come “matrimonio omosessuale” non basta con negarlo e dire: “non sono matrimonio”. Quando si nega un determinato concetto in realtà lo stiamo evocando, stiamo concedendole diritto di cittadinanza. Ricordiamo il caso di Nixon quando affermò: “non sono un bugiardo”. Fu allora fu quando tutta l'America pensò che effettivamente era un bugiardo<sup>5</sup>. Non basta con negare. Bisogna trovare altri “frames”, altre inquadrature, che siano vincenti. Il difficile sta nel suggerire come farlo e da dove cominciare. Forse in questo compito ci possono venire in aiuto due considerazioni di Benedetto XVI. Non sono ricette, ma idee di fondo che possono guidare le nostre priorità.

Per la prima prendo spunto dall'incontro pubblico che celebrò in Piazza San Pietro il 7 aprile 2006 con i giovani della diocesi di Roma. Come in altre riunioni di questi tipo, la parte principale dell'incontro consiste nello scambio di domande e risposte tra il Papa e i giovani. In una delle risposte alle domande formulate dai ragazzi, il Papa affermò che la grande sfida del nostro tempo è il secolarismo, che definì così: “un modo di vivere e di presentare il mondo come ‘si Deus non daretur’, cioè come se Dio non esistesse”. E' interessante notare come abbia sottolineato che il secolarismo non è solo un modo di vivere, ma anche di “presentare il mondo”. E' qualcosa, in effetti, che sperimentiamo quotidianamente nel campo della comunicazione: tanto nella *fiction* come nell'informazione giornalistica, Dio è abitualmente assente.

Di conseguenza un primo obiettivo è fare che Dio sia rilevante in questo ambito. Si tratta, almeno, di evitare che i mezzi di comunicazione “sequestrino” l'esperienza religiosa, una realtà che fa parte della vita quotidiana di milioni di persone<sup>6</sup>. Per questo motivo, la comunicazione istituzionale della Chiesa e l'informazione giornalistica, ciascuna nel proprio campo e seguendo le proprie regole professionali, non possono limitarsi a fornire “informazione ecclesiastica”, ma devono fare posto all'informazione religiosa. Ossia, non basta rimanere al livello della “politica ecclesiastica”: l'informazione giornalistica deve aprirsi anche ad argomenti trascendenti.

La seconda idea di fondo è in parte legata al secolarismo. Fin da prima della sua elezione, Benedetto XVI ha definito il relativismo come il problema centrale della fede cristiana oggi. Si potrebbe aggiungere che è anche la causa principale di questo processo di deforestazione di cui parlavamo. Un relativismo che si manifesta nell'ambito filosofico, religioso e morale e che postula un specie di rassegnazione, sostenendo che noi uomini abbiamo una conoscenza parziale delle cose che non possiamo assolutizzare. Afferma che le realtà divine e quelle che fanno riferimento al

---

<sup>5</sup> Cfr. George LAKOFF, *Don't think of an Elephant. Know your Values and Frame the Debate*, Chelsea Green Publishing, 2004.

<sup>6</sup> Cfr. John Brookshire THOMPSON, *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona, 1998. Thompson osserva che i mezzi di comunicazione hanno “sequestrato” alcune esperienze comuni della vita quotidiana, come la morte o la malattia.

significato della vita umana, personale e sociale, sono inaccessibili, dipendono da ciascuna cultura: in fondo, tutte hanno lo stesso valore.<sup>7</sup>

Si capisce perfettamente che questa affermazione non può lasciare indifferente la fede cristiana, che sostiene il carattere veritiero, la sua origine storica e la razionalità della sua dottrina (salvando i misteri rivelati). Si potrebbe anche affermare che una parte della missione della Chiesa consiste nel ravvivare negli uomini la tendenza verso la verità e nel ricordare loro che è necessario usare l'intelligenza e la ragione per scoprirla e farla propria.

In realtà, il relativismo è molto debole dal punto di vista intellettuale. E' già un luogo comune osservare che se tutte le affermazioni hanno lo stesso valore, come postula il relativismo, anche l'affermazione contraria a questa avrà lo stesso valore, cosa che sarebbe una contraddizione. Se tutte le tradizioni culturali hanno lo stesso valore, allora che senso ha opporsi, ad esempio, alle pratiche di mutilazione femminile proprie di alcuni luoghi? Inoltre, la nostra esperienza quotidiana smentisce il fatto che l'uomo sia rassegnato di fronte alla verità. Nella nostra vita abbiamo bisogno di certezze. Non ci mettiamo nelle mani di un chirurgo che ritenga che tutto sia uguale, né in quelle di un pilota di aerei che manchi delle certezze per pilotare.

Il relativismo è debole intellettualmente, ma è attraente perché offre – almeno in apparenza– un modo semplice per godersi la vita, evitando di complicarsi l'esistenza con il problema della verità. Inoltre, quando si passa dal piano personale a quello sociale, suona convincente anche l'affermazione secondo la quale è preferibile concedere la cittadinanza a qualunque opinione purché non si presenti con pretese di universalità.

Coloro che sono convinti dell'esistenza della verità vengono guardati con sospetto, dato che si corre il rischio – così si crede – che vogliano imporre agli altri quello che non sarebbe altro che una semplice opinione. Ma riconoscere l'esistenza della verità non implica il fatto che si cerchi di imporla agli altri. L'intolleranza non nasce dall'affermazione di verità universali, ma dalla mancanza di rispetto per la libertà. Sono numerosi gli esempi di persone che non credono in verità assolute e che non rispettano neanche la libertà. Si arriva, in effetti, all'apparente paradosso: non accettando che esistano punti di riferimenti validi per tutti, il criterio di chi conta su più mezzi e potere finisce per imporsi.

Nel caso della Chiesa cattolica, il principio secondo il quale la verità si impone per la forza della verità fa parte del suo patrimonio più profondo, riscoperto e sancito dal Concilio Vaticano II. “La libertà di religione è una necessità che deriva dalla convivenza umana; inoltre, è come una conseguenza intrinseca della verità, che non può essere imposta dall'esterno, ma che deve essere accettata dall'uomo solo attraverso il processo della convinzione”.<sup>8</sup>

Non pretendo allungare queste considerazioni su che cosa sia il relativismo. Vorrei soltanto suggerire alcune proposte dal punto di vista comunicativo. Possiamo distinguere tra il piano individuale e il piano sociale:

a) *sul piano personale*: se il relativismo è un atteggiamento che si sottrae all'incontro con la verità per paura di perdere la libertà e la felicità, è necessario presentare la verità sull'uomo in modo attraente e amabile, non come guastafeste della libertà. Si tratterebbe di appellarsi tanto alla ragione come ai sentimenti, di offrire tanto l'argomentazione come l'esempio.

---

<sup>7</sup> Seguiamo in questo paragrafo l'analisi fatta dal Prof. Rodríguez Luño sul pensiero del cardinale Ratzinger. Cfr. Ángel RODRÍGUEZ LUÑO, *Verdad y Fe*, conferenza pronunciata nella Facoltà di Comunicazione Sociale Istituzionale. Università Pontificia della Santa Croce. Roma, 3 Febbraio 2006. Testo disponibile su: [www.eticapolitica.net](http://www.eticapolitica.net).

<sup>8</sup> Cfr. Benedetto XVI, *Discorso alla Curia Romana in occasione delle feste natalizie*, 22 Dicembre 2005.

In questa direzione, merita speciale attenzione tutto quello che riguarda il senso del dolore e della sofferenza, inevitabili compagni della condizione umana. Nel primo anniversario della morte di Giovanni Paolo II, Benedetto XVI risaltò come la testimonianza di Papa Wojtyła si era fatta ancora più convincente durante gli ultimi mesi della sua vita, poiché incarnò, nella sua propria carne, ciò che aveva scritto venti anni prima nella lettera apostolica “*Salvifici doloris*”: “la sofferenza è presente nel mondo per creare amore, per far nascere opere di amore verso il prossimo, per trasformare tutta la civiltà umana nella “civiltà dell’amore”.<sup>9</sup> Non si può descrivere meglio il sentimento di tenerezza che provoca, ad esempio, la vista di un bambino con la sindrome Down.

Aiutare a superare, sul piano personale, la mentalità relativista che teme di perdere la libertà in nome della verità, è il fine di alcuni “frames” che sta ripetendo Benedetto XVI, in continuità con Giovanni Paolo II. Uno di questi, diretto ai giovani e non giovani, è: “chi lascia entrare Cristo non perde nulla, nulla – assolutamente nulla – di quanto rende la vita libera, bella e grande”.<sup>10</sup>

b) *sul piano sociale*: è importante mostrare che quando la Chiesa e i suoi rappresentanti affrontano questioni di portata sociale si sa distinguere tra il piano dottrinale e la sua applicazione pratica e politica, che non è automatica. Che si percepisca l’esistenza di questa sensibilità è un modo concreto di trasmettere fiducia negli interventi della Chiesa.

Bisogna tener presente che la consapevolezza di essere ancorati alla verità sull’uomo – una verità naturale, rafforzata dalla fede – non significa necessariamente avere risposte già pronte per tutti i problemi che si presentano nella società. Occorre evitare di dare l’impressione di arroganza, di sufficienza o semplicismo quando si affrontano questioni oggettivamente complesse. Nell’ambito della comunicazione pubblica, anche la gerarchia ecclesiastica deve guadagnarsi la fiducia e l’appoggio sociale perché mostra che sa di cosa sta parlando e di conoscere gli argomenti di quelli che sostengono punti di vista opposti. Penso che il crescente interesse che gli interventi di Benedetto XVI suscitano tra gli intellettuali ha molto a che vedere con questo.

In definitiva, come ama ripetere un professore della facoltà di teologia di quest’Università, se il relativismo sacrifica la verità sull’altare della libertà, noi non possiamo rispondere sacrificando la libertà sull’altare della verità, neppure sacrificando la felicità sull’altare della morale.

Sono idee di fondo, atteggiamenti, non facili da tradurre immediatamente in progetti comunicativi. Ma forse aiutano a rafforzare la convinzione che è necessario includere fra i nostri obiettivi a lungo termine un certo lavoro di “rimboschimento culturale”. Il dipartimento di comunicazione potrà essere in questo campo un catalizzatore delle energie di molte altre persone.

Ci troviamo di fronte ad una situazione paradossale, almeno nei paesi di tradizione cristiana: la gente pensa di conoscere già il cristianesimo, e per questo cerca qualcosa di diverso, magari più emozionante. Ma in realtà non lo conosce. Alla figura del “cattolico non praticante”, si è unita da qualche tempo quella del “cattolico non credente”: persone che pensano di essere cattoliche ma che di fatto ignorano i principi fondamentali della dottrina di Gesù Cristo. Di fronte a questo scenario è

---

<sup>9</sup> E’ un messaggio specialmente necessario in una società in cui si sta diffondendo ciò che alcuni definiscono come “handifobia”, la fobia dell’handicap: l’inizio di un nuovo eugenismo che non impone più dall’alto (decretato dallo Stato, allo stile Nazista), ma dal basso, impedendo, ad esempio, la nascita dei bambini con sindrome Down. Il risultato finale è lo stesso: l’eliminazione di ogni essere che abbia una tara genetica: cfr. Carlo Valerio BELLINI, “Diagnosi preimpianto e prenatale”, conferenza nel Simposio “L’embrione nella fase del preimpianto”. Assemblea generale dell’Accademia Pontificia per la Vita, Roma 27 e 28 Febbraio 2006.

<sup>10</sup> Omelia della Messa per la Solennità dell’Immacolata, 8 Dicembre 2005.

necessario che sorga una “nuova curiosità per il cristianesimo, il desiderio di conoscere veramente cosa è”.<sup>11</sup> Anche in questo caso la comunicazione pubblica può dare il suo contributo.

Vorrei concludere tornando all’episodio con il quale ho iniziato questo intervento. Dicevo che nessuno dei partecipanti al seminario aveva ascoltato una parola sull’enciclica nelle omelie domenicali, e che mi sembrava ovvio che tutto quello che sapevano della *Deus caritas est* proveniva dalla stampa. In realtà poco dopo ho scoperto con sorpresa che tutti i presenti avevano letto il documento. Sono convinto che questa lettura sia stata incoraggiata proprio dalle notizie che i mezzi di comunicazione avevano dedicato all'enciclica.

**VERSIONE PROVVISORIA  
IN ATTESA DELLA  
PUBBLICAZIONE DEGLI ATTI**

---

<sup>11</sup> Cfr. Joseph RATZINGER, *Il sale della terra* (con Peter Seewald), Edizioni San Paolo, Milano, 1997, p. 20.