

L'agenda dei media e l'agenda della Chiesa. Una prospettiva giornalistica

Dott. Marco Tosatti
Vaticanista de *La Stampa*

Cari amici,

voglio innanzitutto ringraziare la Pontificia Università della Santa Croce per avermi chiesto di dare un contributo su questo tema, che riguarda la nostra vita quotidiana, e sul quale però – come spesso accade per tutto ciò che viene vissuto nella normalità di ogni giorno – non sempre si riflette con sufficiente cura. Per questo ringrazio: perché l'obbligo di preparare il mio intervento ha fatto sì che fossi costretto a meditare su alcuni aspetti della nostra attività, un'attività di sua natura effimera.

Cercherò di toccare soprattutto tre punti. Il primo: che cosa vuole la Chiesa, nel momento in cui viene a contatto con il mondo dei mass media, e che cosa vede nella Chiesa – e vuole dalla Chiesa il mondo dell'informazione; in particolare per quel che riguarda l'Italia, ma non solo. Poi – e questa sarà invece un'analisi specificamente italiana – mi sembra interessante offrirvi esempi di come è apparsa sui giornali del mio paese la Chiesa, in un'exkursus che copre più o meno un anno. Vale a dire: dai mesi che sono seguiti alla morte di Giovanni Paolo II alle elezioni politiche dell'aprile 2006. Infine – e credo che questo possa essere interessante e utile, soprattutto da un punto di vista pratico – vorrei accennare, sia pure brevemente, a che cosa un giornalista che copre l'informazione religiosa amerebbe trovare quando bussava alla porta della Chiesa; che sia il Portone di Bronzo, il famoso accesso al Palazzo Apostolico, lì in Vaticano, o la porticina della più umile diocesi del mondo.

Che cosa vuole la Chiesa, che cosa vogliono i mezzi di comunicazione sociale.

Obiettivo e ragion d'essere della Chiesa è evangelizzare: comunicare agli uomini, tutti, la Buona Novella. Va da sé che i mezzi di comunicazione sociale offrono una possibilità straordinaria di contatto, a questo scopo. Voi avete letto e sentito ripetere mille volte quello che il Concilio Vaticano II nella sua opera di aggiornamento pastorale della Chiesa ha fatto e detto in questo campo; non starò quindi qui a ripeterlo. Ma da allora la teoria, e la pratica, del rapporto Chiesa-Mass Media negli ultimi cinquant'anni si sono arricchite enormemente. Si può dire che di fronte allo sviluppo della cultura della Comunicazione, gli obiettivi della Chiesa si sono chiarificati, e diversificati. Dialogare con i mezzi di comunicazione, evangelizzare tramite i mezzi di comunicazione; e allo stesso tempo <redimere> - se, e fin dove, è possibile – i mezzi di comunicazione stessa. Tre obiettivi decisamente alti, e non agevoli da raggiungere. E nel frattempo, ed è questo forse il bersaglio più immediato, quotidiano e impegnativo, e quello che vi riguarda in maniera più diretta, operare in modo che almeno l'informazione che tocca direttamente la Chiesa sia la più corretta e la meno deformata o parziale possibile.

Il che non è semplice. La Chiesa interessa, il mondo dell'informazione. Questo è un elemento sul quale non insisterò mai abbastanza; e proprio grazie a questo si aprono opportunità grandissime per veicolare dei messaggi. Quindi, bisogna avere coraggio, vincere eventuali resistenze interne, psicologiche e di struttura, e cercare di approfittare di questa occasione.

Naturalmente non tutto è semplice. Il sistema dell'informazione, nella sua grande maggioranza, subisce la spinta di una semplificazione clamorosa, sull'onda dei tempi e del linguaggio televisivi. Il <vangelo> dei giornali, e degli altri mezzi di comunicazione si basa in primo luogo sull'esaltazione della differenza delle posizioni, sulla spettacolarizzazione, che garantisce titoli semplici, e attira

l'attenzione: A contro B, bianco contro nero. Subito dopo, nella lista delle priorità accattivanti, viene lo strano, l'inusuale, il curioso; e infine il gossip.

Appare evidente come sia difficile che l'agenda della Chiesa – possa, nella sua <normalità> di buone opere – interessare i mass media. Altri aspetti solleticano la curiosità. E fanno sì che la notizia religiosa venga cucinata in base ai uno dei tre caratteri di cui sopra. Perciò i mass media non mancano di notizie riguardanti la religione, ma spesso in rubriche diverse da quello del <religioso>: politica, folclore, moda, sensualità. C'è un rischio di manipolazione continuo, e, ciò che è più rilevante, <innocente>; vale a dire che il giornalista che lo compie ritiene, in totale buona fede, di stare facendo solo e bene il suo mestiere: e cioè di offrire una <notizia> al pubblico. O creando collegamenti che rasentano il cortocircuito. Il Papa dice: <prestiamo attenzione alle vittime involontarie di interessi egoistici>? Un grande quotidiano titola (sono i giorni di uno scandalo finanziario, in Italia): <Il Papa solidale con i truffati dalla banche>.

A questo punto può scattare un meccanismo di azione-reazione molto difficile da controllare. Infatti una delle caratteristiche della Chiesa è, nei confronti del mondo esterno, l'esaltazione dell'unità come uno dei suoi valori fondanti; a cui si accompagna il timore di apparire divisa. Quindi le differenze, anche legittime, di opinioni, e le posizioni diverse devono essere attutite, mai evidenziate. Così come i temi che possono provocare controversia. Ne abbiamo avuto un esempio da manuale di recente, nel Sinodo dei Vescovi sull'Eucarestia che si è svolto lo scorso ottobre a Roma. Una delle grandi novità decise da Benedetto XVI è stata l'ora quotidiana di libera discussione e confronto fra i padri sinodali. Un'innovazione importante; e i giornali hanno dato conto di quanto veniva detto nell'ora di libera discussione. Ma solo per i primi giorni; infatti, progressivamente, è stato chiuso il rubinetto informativo. Sembra che l'opinione di un responsabile di Curia sulla posizione dei cattolici impegnati in politica, e favorevoli alle leggi sull'aborto, ripresa con evidenza dai quotidiani, abbia dato fastidio. E' un fatto però che i sacerdoti incaricati di seguire i lavori, e di riferirne ai giornalisti non hanno più potuto svolgere questo incarico: riportavano in un primo momento il senso di singoli interventi, senza però specificare chi ne fosse l'autore. Ma anche questo è sembrato sconveniente; e perciò si accennava solo ai temi generali toccati nel corso del dibattito, una pura lista di argomenti. E così quella finestra informativa si è rapidamente chiusa. Ecco, io credo che questo tipo di reazione sia da evitare, a qualsiasi livello; come ho detto, e vi dirò ancora, è fondamentale imparare a navigare, in queste acque; tenere le barche chiuse in porto non ha mai procurato pesci. La chiusura alimenta solo stereotipi negativi.

Ai vecchi problemi però se ne stanno aggiungendo di nuovi, che rendono molto importante il lavoro di dialogo e informazione da parte della Chiesa. Sono problemi legati alla progressiva scristianizzazione del nostro continente, anche in paesi di antica e consolidata tradizione cattolica come l'Italia. Questo vuol dire che chi si occupa di informazione religiosa deve superare una difficoltà aggiuntiva; deve cioè illustrare fatti ed elementi che fino a qualche decina di anni fa erano scontati nella cultura comune. Ormai anche in Italia è necessario spiegare che cosa è l'eucaristia. E naturalmente questo comporta anche un altro inconveniente, di grande serietà. E cioè la difficoltà di far capire all'interno degli organi di informazione, e perciò poi all'esterno, al grande pubblico, differenze importanti. Per cui sembra che l'universo <Chiesa> sia un tutto indifferenziato; o almeno così appare dai titoli, e di tanto in tanto anche dagli articoli dei giornali. Un qualsiasi personaggio ecclesiastico – dal Romano Pontefice a scendere giù giù nella scala gerarchica, merita spesso, nel titolo, l'appellativo di <Chiesa> o di <Vaticano>. Così – per fare un esempio concreto e recente - se la Conferenza Episcopale Italiana, parlando agli operatori diocesani, ribadisce le cautele che è necessario prendere quando si è di fronte a un possibile matrimonio islamo-cristiano, - cioè un messaggio rivolto all'interno, e agli specialisti -, i giornali titolano attribuendo alla Chiesa o al Vaticano quello che è definito invariabilmente un <allarme> o un <monito>. Affrontiamo lo stesso problema da un'angolazione più leggera: i temi che durante il Sinodo dei vescovi hanno riscosso il maggior tasso di gradimento nelle redazioni dei giornali (a parte forse il dibattito sull'eucarestia ai divorziati risposati) sono stati quelli, certamente non centrali, dell'abbigliamento consono alla celebrazione (immediatamente tradotto sui mass media: <no ai preti in jeans>); oppure il caso di

una o più suore che avendo deciso di abbandonare il convento, per sopravvivere in Italia si erano ridotte a prostituirsi.

Il caso italiano

In Italia, in questo periodo sta accadendo un fenomeno particolare. La Chiesa in Italia ha sicuramente spazio e voce; assistiamo con sempre maggiore frequenza alla presenza di sacerdoti, religiosi e religiose nelle trasmissioni televisive. E anche da parte di uomini pubblici notoriamente lontani, o neutri, rispetto alla religione si registrano prese di posizione favorevoli al messaggio della Chiesa. Insieme a questo però bisogna registrare anche reazioni di segno contrario: e cioè talvolta sembra che la Chiesa, e le sue posizioni siano sentite con un senso di fastidio malcelato, e talvolta non celato neanche un po'. Ma prima di trarre delle conclusioni, o abbozzare un'analisi, ci sembra interessante esaminare le varie tappe del fenomeno legato anche a una congiuntura politica particolare.

- 1) L'impressione è che tutto abbia avuto inizio con la morte di Giovanni Paolo II; anzi, con il drammatico distendersi, sotto gli occhi del mondo degli ultimi due mesi di vita di papa Wojtyla. Un crescendo di tensione emotiva di cui i mass media si fecero tramite, ed espressione; in particolare nel nostro paese. Basti pensare a quel fenomeno straordinario, e assolutamente inaspettato, che è stato il pellegrinaggio di milioni di persone verso la salma del Pontefice; l'overdose di sentimenti in cui siamo stati immersi nei giorni dei novendiali, e poi il funerale. Un momento di forte, fortissima emozione, e una copertura mediatica che certamente era in sintonia con la maggioranza della popolazione. A seguire, immediatamente, il Conclave; e l'elezione al soglio di Pietro di Joseph Ratzinger. E' da notare che il cardinale bavarese non era esattamente il <candidato> preferito dai grandi mass media italiani; lo giudicavano espressione dell'ala tradizionale della Chiesa; però anche qui le reazioni della gente sono state molto positive.
- 2) Siamo alla fine di aprile. E subito esplose il problema del referendum, indetto dal Partito Radicale, per la modifica della legge che regola la fecondazione artificiale in Italia. Una legge che i cattolici hanno accettato come un male minore. Parliamo di cose note, ma ne indichiamo alcuni elementi fondamentali. Il cardinale Ruini afferma che saranno dei laici (il Comitato Scienza e Vita, del quale avete credo sentito parlare ieri da don Claudio Giuliodori, il Direttore dell'Ufficio Comunicazione della Cei) a prendere posizione sulla vicenda, e lascia capire che la Chiesa si avvarrà di tutti i mezzi costituzionali a disposizione per far fallire il referendum; in pratica si consiglierà poi di non recarsi alle urne, in modo che manchi il quorum. E' un espediente perfettamente legittimo (l'hanno usato vari partiti in passato); ma vale alla Chiesa ogni sorta di accuse. Il cardinale Ruini è identificato come l'avversario da colpire (caricature sui giornali, paginate di biografie orientate, bugie pure e semplici – fra cui quella secondo cui sarebbe un collezionista di soldatini), attacchi ad personam che non si vedevano da molto tempo. Il referendum si conclude con una schiacciante adesione al partito del non voto; fra l'altro nel primo incontro con i vescovi italiani Benedetto XVI da il suo appoggio incondizionato alla linea della Cei. Si può dire che anche se sui grandi giornali spesso la voce della Chiesa è stata minoritaria, il fatto di aver parlato con grande disponibilità e chiarezza si è rivelato un elemento vincente.
- 3) A giugno si è chiuso il capitolo referendum, e subito si è aperta la campagna elettorale, una campagna lunghissima. Alcuni esponenti del centrodestra nel frattempo hanno espresso la loro affinità, vera o strumentale, non giudichiamo, verso alcune posizioni del Magistero della Chiesa. Sono i cosiddetti <atei devoti>, o <teocon> che fanno la loro apparizione in Italia. Un'apparente calma estiva lascia il posto alla ripresa autunnale. E la Conferenza Episcopale Italiana tiene la sua Assemblea generale ad Assisi. Il Presidente, cardinale Ruini, tiene la sua prolusione; fra le molte pagine, quasi alla fine, inserisce una frase: <ben diverso è, purtroppo, il segnale che viene dalla corsa, in atto in alcune regioni, ad introdurre l'uso della pillola abortiva RU-486. Si compie così un ulteriore passo in avanti nel percorso che

tende a non far percepire la reale natura dell'aborto, che è e rimane soppressione di una vita umana innocente>. E' una frase quasi <en passant>, e, a onor del vero, sarebbe stata una notizia se il Presidente della Cei non l'avesse inserita nel suo discorso introduttivo, vista l'opposizione che la Chiesa ha sempre manifestato verso la cosiddetta <pillola del giorno dopo>. Ma proprio quella frase merita al cardinale titoloni in prima pagina, con l'accusa di voler attaccare, dopo la fecondazione artificiale, la legge sull'aborto; anche se il cardinale Ruini afferma a chiare lettere che la Chiesa non vuole affatto introdurre quel tema sul tappeto. Anche qui però è da rilevare che l'informazione degli specialisti, cioè le persone con cui esiste un contatto costante da parte dei responsabili comunicazione della Chiesa, appare sostanzialmente corretta, a testimonianza del fatto che l'impegno speso nel tentativo di creare un rapporto funziona.

- 4) Però non è possibile sfuggire del tutto ad alcune semplificazioni. Nell'omelia di una messa per i vescovi, ad Assisi il cardinale riferendosi alla polemiche sul ruolo dei vescovi italiani, diceva che le critiche di televisioni e giornali <rischiano di far alzare la pressione nei confronti non solo del Vaticano, ma degli stessi cristiani>. Prendendo spunto da una lettura su Elisar, uno scriba dell'epoca dei Maccabei, sia pur <scherzosamente>, il cardinale metteva in guardia dalle <pallottole di carta> sparate dal sistema mediatico italiano. Una battuta scherzosa, che però è stata interpretata in maniera seria dai commentatori.
- 5) Anche perché, incombente, c'era la campagna elettorale. Il profilo della Cei per le elezioni è basso, ma mai abbastanza per qualcuno. I grandi quotidiani italiani sono orientati apertamente per l'opposizione di sinistra, in queste elezioni. Il centrodestra dichiara la sua affinità ai temi che la Chiesa giudica fondamentali: difesa della vita dall'inizio biologico alla fine naturale, difesa della famiglia contro le leggi che vorrebbero dare lo stesso genere di legittimità giuridica a forme di convivenza diverse, e fra persone dello stesso sesso, e così via. Il presidente del Senato, Pera, va a trovare il Papa; e questo gesto viene interpretato come un tentativo di tirare la tonaca del Pontefice. Il governo scrive una lettera alle 27 mila parrocchie italiane, per proclamare la sua vicinanza. In realtà ci sono cattolici in uno schieramento come nell'altro. Questa presenza ben condivisa, spiega anche perché nella sua ultima <prolusione> prima del voto il cardinale Ruini assume una posizione estremamente calibrata, offrendo punti di appoggio sia a gli uni che agli altri. E infatti il risultato, molto bilanciato, premia molti dei candidati cattolici.
- 6) Il compianto professor Giorgio Rumi, uno storico italiano molto attento ai rapporti fra religione e società parlava esplicitamente di un pregiudizio anticattolico. E in effetti si possono trovare episodi e momenti che giustificano questo giudizio, trovandone le radici in una confluenza di interessi disparati. Ci sono motivi politici contingenti: piccoli partiti, che sembrano non avere molto da offrire, cercano di ritagliarsi uno spazio elettorale facendosi paladini di battaglie sui <nuovi diritti>, che per quanto non sembrano avere una consistenza sociale, hanno però un fragoroso rimbombo mediatico. Ci sono motivi ideologici; gli orfani delle passate esperienze totalitarie non rifuggono dal cercare rivincite tardive; non contro il mercato, a cui si sono adattati presto e bene, ma contro la Chiesa. Ci sono motivi commerciali: alcune battaglie della Chiesa ostacolano la potente macchina dell'industria della salute e della medicina. Dietro il referendum sulla fecondazione c'erano grossi interessi commerciali. E a livello mondiale, non dimentichiamo che la Chiesa è uno dei grandi protagonisti dell'avventura planetaria aperta dalla fine del bipolarismo Usa-Urss, di questa stagione storica del terrore e della redistribuzione del potere fra gruppi e continenti. La sua forza, la sua presenza e vitalità ne fanno un avversario naturale per i Grandi Poteri di ogni genere. Sembra difficile non concordare con quanto scriveva il 7 gennaio 2006 (La Civiltà Cattolica, quaderno 3733) padre Giandomenico Mucci. La Chiesa ottiene <citazioni ed elogi quando quegli interventi convergono con le posizioni degli interessi laici, silenzio e critiche aspre fino al motteggio quando la dottrina della Chiesa e la cultura da essa ispirata non possono essere piegate a quelle posizioni o interessi. Quasi mai si fa credito a ciò che la Chiesa dice di se stessa e raramente si parla dei suoi fondamenti dottrinali senza ricorrere

alla categoria del mito. Ci si è spinti fino a contestare il diritto della Chiesa a pronunciarsi sui più gravi problemi della vita morale>. E se questo è vero adesso, bisogna aggiungere che lo è sempre stato; però noi vediamo che offrire elementi di giudizio diversi, da parte della Chiesa, entrando in un dialogo sincero e rispettoso con i mezzi di comunicazione sociale può ridurre di molto gli effetti direi quasi <fisiologici> dell'avversione che il messaggio del Vangelo non può non incontrare nel mondo; e quindi appare evidente come sia fondamentale un contatto costruttivo, continuo e non episodico: in parole povere, costruire un rapporto con chi fa informazione; e questo è l'argomento che tocchiamo adesso.

Una questione ineludibile

Mi sono limitato a parlare dell'Italia; ma ho qui con me alcuni appunti che riguardano altri paesi, e non sembra che il rispetto per la questione religiosa sia molto alto. Una considerazione, comunque, è prioritaria per cercare di aiutare la Chiesa, e le chiese, nel campo della comunicazione: per quanto questo mare possa non piacere, è necessario imparare a navigarci, e imparare a navigarci bene. Perché questo porta frutti; a seconda del talento, della capacità personale e della situazione esterna potrà essere una messe stentata, o abbondante. Ma si può riuscire comunque, come dicevo all'inizio, a cercare di raggiungere un obiettivo minimo: fare in modo che almeno l'informazione che tocca direttamente la Chiesa sia la più corretta e la meno deformata o parziale possibile.

Molto dipenderà dal vostro approccio al problema. Abbiamo visto nella prima parte come esistano dei meccanismi psicologici propri del mondo ecclesiale che possono rendere difficile coniugare Chiesa e informazione. Credo che da questo punto di vista sia esemplare ciò che è accaduto in Vaticano negli ultimi vent'anni. Ho cominciato a coprire l'informazione dalla Santa Sede nel dicembre 1981; quindi ho potuto assistere alla trasformazione nel contatto e nell'utilizzazione dei mass media avvenuta durante la gestione del dottor Navarro Valls, che godeva in questo campo della fiducia e dell'appoggio di papa Wojtyla. Giovanni Paolo II capiva perfettamente il valore dei media, in un'epoca largamente <virtuale> come la nostra. Il suo talento intuitivo ha trovato nel Direttore della Sala Stampa vaticana le capacità professionali necessarie a sfruttare al meglio la ricchezza di potenziale comunicativo della figura del pontefice. Così una flessibilità mai conosciuta prima dalla comunicazione della Santa Sede si è sposata a una trasparenza altissima, che non è mai mancata, nemmeno negli ultimi drammatici mesi di vita di Karol Wojtyla. E' un patrimonio grandissimo, e c'è da augurarsi che non venga dissipato da nostalgie di <chiusura> o da meccanismi di arroccamento; anche perché, come abbiamo visto, il clima intorno alla Chiesa esige chiarezza di iniziative, coraggio, e non arretramenti. Purtroppo alcuni segnali – come il <caso> dell'esercizio del copyright sulle parole del Vicario di Cristo, una misura mai applicata negli ultimi decenni – appaiono inquietanti, indicativi di una mentalità certamente più chiusa di quella che abbiamo sperimentato nel recente passato.

Forse può essere interessante spendere alcune parole – e certamente molto può essere aggiunto nel dialogo che seguirà quest'esposizione – su ciò che si attendono i giornalisti che bussano alla porta della Chiesa, o perlomeno che cosa desiderano trovare: affidabilità, sincerità, e disponibilità. Se i primi due elementi (almeno si spera) non dovrebbero mancare – è fondamentale non dire mai bugie –; il terzo punto merita di essere spiegato più in dettaglio. C'è un problema di disponibilità di tempo (spesso i giornalisti, in particolare quelli delle agenzie e dei quotidiani lavorano con deadlines incombenti), nel senso che un responsabile di Relazioni stampa non può pensare di chiudere l'ufficio all'ora di pranzo, e poi se ne riparla il giorno dopo. E c'è un problema di disponibilità di informazioni. Capirsi, capire e farsi capire sono i tre passaggi chiave. Si presume che voi conosciate la realtà di cui siete la punta esterna; non è sempre scontato che sia facile comprendere di che cosa ha bisogno il vostro interlocutore; è molto probabile, infine, che egli ignori, o conosca solo parzialmente i meccanismi in base ai quali opera la Chiesa, a livello mondiale e locale. Se grazie a questi passaggi riuscite a stabilire con lui un rapporto personale, di fiducia reciproca, allora avrete assolto al vostro compito: non dimenticando che comunicare ha radice nel <comune facere> latino, rendere comuni la Notizia, (con la maiuscola) e, più umilmente, le notizie. Non credo che potrò mai

ripetere abbastanza che essere disponibili (e mettere nel conto anche qualche possibile cattiva esperienza, senza scoraggiarsi), capire il problema di chi bussa alla vostra porta e nei limiti del possibile aiutarlo, può avere effetti di portata grandissima, e duratura.

Una conclusione provvisoria

La domanda di base del nostro incontro era: <E' la Chiesa rilevante nei dibattiti attuali>? La Chiesa interessa, il mondo dell'informazione, e anche la <voce> della Chiesa è interessante; anche se il concetto di ciò che è rilevante non è sempre lo stesso, per la Chiesa e i mass media. Però questo non basta, secondo me, ad esaurire la questione. C'è un interesse che potremmo chiamare <passivo>; vale a dire che la Chiesa, i suoi gesti, le sue parole sono lì, come un oggetto che i mass media vedono, e di cui fanno uso. Un interesse potremmo dire da <materia prima>. Però questo materiale di base si arricchisce, e di molto, e aumenta anche la sua qualità, se da parte della Chiesa si compie un lavoro di comunicazione. Cioè, più si è disponibili a interagire con i media, a rispondere alle loro domande (con tempestività, con chiarezza), a dialogare, a offrire una lettura cristiana sui fatti che accadono, tanto più il peso della Chiesa nei mezzi di comunicazione aumenta. E più si tiene conto della sua voce. Ma – e lo sottolineo ancora una volta – non è un risultato casuale: è frutto del vostro lavoro.

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