

La vita buona: una sfida per la comunicazione

Un luogo comune, che già tanti di coloro che nella Chiesa si occupano di comunicazione si sono incaricati di smentire, ma che rimane piuttosto radicato, soprattutto presso il clero e i vescovi, è pensare che lo sforzo degli uffici stampa delle istituzioni ecclesiali, nel rapportarsi ai media, dovrebbe essere quello di far passare più «buone notizie». Fornire storie positive da raccontare, edificanti, di cui le nostre comunità peraltro sarebbero piene, in modo così da riequilibrare la tendenza opposta, che nei media sarebbe nativa, e cioè la tendenza a rappresentare le cose, anche le «nostre», solo in termini di scontro, contrasto, polarizzazione, a privilegiare insomma le «cattive notizie». E soprattutto in modo da ottenere il prezioso effetto di mettere le «cose della Chiesa» in buona luce, mentre più facilmente accade il contrario.

Vorrei escludere subito che «comunicare la vita buona» significhi convertire magicamente il sistema dei media in Italia a questo tipo di notizie. Le «notizie religiose» che «passano» sono ben altre. A motivo del mio lavoro di «giornalista religionista» (dopo vi spiego cosa intendo) ne seguo l'andamento da tempo, e recentemente mi è riuscito anche di dare corpo al progetto di un monitoraggio sistematico, su base settimanale, di tali notizie sui quotidiani italiani: quanti titoli di argomento religioso sono comparsi, a quanti temi si possono far risalire, quali sono i temi che si sono guadagnati il maggior numero di titoli o che comunque se ne sono guadagnati almeno dieci.

Dunque in Italia, dall'inizio dell'anno a tutt'oggi, le «notizie religiose» più forti sono state quelle che avevano a che fare con la politica, e segnatamente con la crisi di *leadership* in cui versa la maggioranza attualmente al governo. Hanno «vinto» questa particolare classifica per 17 settimane su 34 (una su due). E con

cifre ben superiori alla media, che vede la notizia più significativa della settimana ottenere 60 titoli su 180.

In particolare: all'inizio dell'anno, e per un mese di seguito, sono state le reazioni «cattoliche» al cosiddetto Rubygate a polarizzare nell'insieme ben 373 titoli (picco di 182 nella settimana dal 22 al 28 gennaio); poi, un più generico dibattere sulla *leadership* berlusconiana (107 in 3 settimane); le elezioni amministrative e i referendum (125 in 3 settimane); la manovra economica di inizio settembre (81 in due settimane). E finalmente 540 titoli, dal 24 settembre al 21 ottobre, per raccontare, commentare, interpretare e strumentalizzare, sostanzialmente, i riflessi politici dei due discorsi del card. Bagnasco al Consiglio permanente della CEI del 26 settembre (che ha ottenuto un picco di 228 titoli) e al seminario di Todi di lunedì 17 ottobre (189 titoli).

Di contro, solo in 7 settimane l'argomento religioso più «titolato» ha avuto un soggetto ecclesiale come protagonista diretto e non riflesso. Per tre volte Benedetto XVI: in occasione dell'uscita del suo secondo libro di cristologia (26 titoli), del pellegrinaggio a San Marino (ma con solo 12 titoli) e del viaggio di stato in Germania (59 titoli). Per due volte Giovanni Paolo II beato (99 e 193 titoli). Poi don Seppia, ovvero il caso finora più clamoroso di prete responsabile di violenze su minori in Italia (68 titoli), e infine i cardd. Tettamanzi e Scola, al momento dell'avvicendamento alla guida dell'arcidiocesi di Milano.

Le implicazioni religiose degli eventi verificatisi nel Nord Africa, come la crisi egiziana e quella libica, hanno ottenuto il maggior numero di titoli per tre settimane, come pure le fasi più acute del tracollo finanziario del polo universitario-ospedaliero San Raffaele; infine, per due settimane si sono imposti all'attenzione la sentenza della Corte di Strasburgo sull'esposizione del crocifisso nelle aule scolastiche e il film di Nanni Moretti *Habemus Papam*.

Riassumendo: hanno «fatto notizia», nell'ordine:

- tutti quei soggetti che, in quanto «cattolici», si sono pronunciati in ordine alle questioni più dibattute della attuale fase politica;
- il papa regnante, il suo predecessore, il pontificato come istituzione;
- alcuni soggetti ecclesiali implicati in scandali sessuali e finanziari;
- le comunità ecclesiali coinvolte o vittime, all'estero, di rivolgimenti politici violenti;
- una decisione presa in sede giuridica ma fortemente simbolica in ordine alla dinamica del processo di secolarizzazione in Italia.

Oltre a mettere a fuoco «quali» notizie religiose sono passate, può essere forse utile guardare anche a «chi» le ha date. E qui c'è un altro luogo comune da smentire. Da tempo vado ripetendo che l'informatore religioso non è più – se mai lo è stato – l'interlocutore su cui l'istituzione ecclesiale può contare all'interno dei grandi mezzi di comunicazione. Mi pare piuttosto che la «notizia religiosa» vada sempre più *separandosi* dal giornalista specializzato in temi di religione, a favore di giornalisti «generalisti», che probabilmente stanno al *desk* tutto il giorno a passare i lanci d'agenzia, o che, all'opposto, hanno responsabilità importanti nel giornale, e che perciò parlano e scrivono di tutto, quindi anche di religione, ma senza avere una sufficiente cultura e/o sensibilità religiosa. Anche questo fa parte del processo di secolarizzazione della nostra società.

I giornalisti specializzati sui temi religiosi che scrivono per i grandi mezzi si limitano sostanzialmente alle corrispondenze da Roma: dalla Santa Sede (impropriamente si dice: dal Vaticano, e infatti tutti li chiamiamo «vaticanisti») e dalla CEI. Sono qualche decina, e stanno al giornalismo religioso in genere come i piloti di

Formula 1 stanno all'insieme dell'automobilismo sportivo: sono cioè un'*élite* di eccezionale qualità professionale, molto ben remunerata, ma sostanzialmente costretta quasi sempre a rimanere dentro alla «riserva» mediatica dell'informazione religiosa in senso proprio, che poi in Italia è l'informazione vaticana e «aureliana» (se così vogliamo definire quella che riguarda gli organi di governo della Conferenza episcopale). E se non hanno in mano qualcosa di veramente «grosso», secondo i criteri di *audience* potenziale che abbiamo potuto intuire dalle classifiche di cui sopra, i loro «capi» non gli danno più di poche righe. Si veda la copertura ottenuta dal Congresso eucaristico nazionale di Ancona, o a suo tempo dal Convegno ecclesiale di Verona, se si prescinde dalla presenza in entrambe le occasioni di Benedetto XVI.

Poi ci sono giornalisti generalisti o specializzati in «altro» fuorché sui temi religiosi che scrivono (e talora commentano) per i grandi mezzi la grandissima maggioranza delle notizie religiose non «papali», a seconda di quale sia l'aggancio tematico più prossimo: la politica, l'economia, il costume, lo spettacolo, lo sport... Ma costoro ignorano le sottigliezze dell'informazione religiosa, quelle sfumature che, come dice Paolo Rodari, «messe assieme danno (a volte) una notizia».

Infine si segnala una terza categoria, quella del commentatore religioso. Può provenire dalle file dell'università o da quelle della vita religiosa, oppure può essere un ex-vaticanista pensionato e quindi finalmente liberato dalla schiavitù di doversi inventare ogni giorno qualche «monsignore bene informato». In ogni caso tocca a costui interpretare agli occhi del lettore, che in genere viene immaginato più «laico» di quel che sia in realtà (visto che il giornalista prima di darvi un quotidiano non vi chiede da quante domeniche non andate a messa), questo o quel «fatto religioso», a seconda della scelta del direttore, e senza necessariamente esprimere la linea del giornale: ricorderete tutti come Paolo Mieli

al *Corriere della sera* alternasse in questo ruolo le firme di Vittorio Messori e di Alberto Melloni, talvolta accostandoli nella stessa pagina, e credo sappiate tutti che Messori e Melloni, oltre al battesimo e agli altri sacramenti, hanno in comune solo alcune lettere del cognome.

Tacerò infine, perché non rilevanti nel contesto di questo seminario, della quarta, numerosa categoria: quella dei giornalisti specializzati sui temi religiosi (potremmo chiamarli «religionisti», per analogia con i curricoli universitari di scienze religiose) che scrivono per mezzi specializzati nelle tematiche religiose, molto numerosi, quasi tutti caratterizzati dal fatto che l'editore è emanazione di un'istituzione ecclesiastica, e comunque destinati perlopiù ai membri attivi, «impegnati», delle comunità religiose stesse. Io sono uno di loro, e me ne vanto, e mi par di capire che lo sono anche molti di voi...

Abbiamo così delineato, velocemente, il quadro dell'informazione religiosa sui grandi mezzi di comunicazione in Italia: a chi viene affidata, per dire che cosa. Dunque, a parte il papa e la Santa Sede, e limitatamente a certi aspetti la CEI, gli altri soggetti religiosi – come le diocesi, i religiosi, le associazioni e i movimenti – come possono rapportarsi a questo sistema? Come possono, in particolare, farlo ponendosi in sintonia con la scelta fatta dall'Episcopato italiano di dedicare il decennio in corso a «educare alla vita buona del Vangelo»?

Abbiamo già capito che, se non siamo il papa e il card. Bagnasco, non abbiamo interlocutori privilegiati nei media. Ciò significa, da un lato, che dobbiamo far forza solo sulla nostra conoscenza di come funziona il sistema, valutando noi quando è il caso di prendere la parola in pubblico e quando no, e dall'altro lato che la moneta in assoluto più preziosa che possiamo spendere quando andiamo in pubblico è la nostra credibilità. Ma su quest'ultima, non sta certo a me dirvi come la si nutre e la si coltiva, o come la si compromette. Basti però rammentare che senza di essa, in

pubblico non conviene neppure affacciarsi. È quello che Marco Ballardini, nei suoi volumi in cui parla di Chiesa con la lingua del *marketing*, chiama il «valore» della «marca».

Quanto alla conoscenza di come funziona il sistema, aggiungo ai dati che vi ho appena comunicato una serie di indicazioni che traggono da una lezione tenuta nel 2006 alla Facoltà di comunicazione istituzionale della Pontificia università della Santa Croce dal collega inglese Austen Ivereigh, all'epoca portavoce dell'arcivescovo di Westminster card. Murphy O'Connor (ancorché riferite a un contesto, quello anglosassone, nel quale l'informazione appare meno affetta di quella italiana da un problema di credibilità che non è meno grave per i media che per la Chiesa; si vedano in proposito gli importanti studi promossi e pubblicati dall'UCSI).

Il cuore del ragionamento di Ivereigh è che il sistema dei media ha, come sappiamo, logiche proprie, che vanno rispettate, ma che queste non sono sempre e necessariamente in collisione con le logiche della Chiesa; e che in ogni caso è positivo e auspicabile che la Chiesa partecipi al dibattito pubblico, purché lo faccia nello spirito di dare il suo contributo alla costruzione del bene comune, e non in modo strumentale e puramente apologetico, di tutela della sua «immagine pubblica».

In particolare egli sottolinea come siano due i «motori» principali che alimentano l'avventura giornalistica: la ricerca della verità e della responsabilità e la sollecitudine per le vittime. Due aspetti altrettanto centrali nell'insegnamento della Chiesa, anche se essa stessa, per eccesso di difesa, talvolta fatica a praticarli. Qui ovviamente il pensiero corre alla crisi delle violenze sessuali dei preti sui minori, crisi nella quale è centrale la relazione, di strumentalizzazione reciproca, che le vittime stabiliscono con i media proprio a causa dello scarso o nullo ascolto ottenuto presso l'istituzione ecclesiastica, ovvero della scarsa disponibilità di questa a mostrarsi trasparente, assumendosi le proprie

responsabilità e ammettendo i propri errori. Aver avuto più a cuore i propri preti che i propri ragazzi, cioè le vittime.

Ma è lo stesso Ivereigh che mostra come anche lo spostamento di sensibilità avvenuto presso l'opinione pubblica inglese a proposito dell'aborto si spiega in termini di sollecitudine per le vittime: che, quando l'aborto non era regolamentato per legge, apparivano agli occhi dell'opinione pubblica essere le donne, costrette ad affidarsi alle mammane, e che ora appaiono gli indifesi bambini non nati. Partire dalla sollecitudine per le vittime rende più credibili le posizioni della Chiesa in tutta la scottante materia bioetica; un altro esempio si può fare in tema di suicidio assistito, giacché si potrà mostrare che quanti lo chiedono stanno urlando dal profondo del cuore la loro disperazione e la loro depressione, e che dunque c'è una risposta che si può dare diversa dall'aderire alla loro richiesta.

Sempre Ivereigh stigmatizza invece l'«istituzionalismo difensivo», che tradisce nelle istituzioni ecclesiastiche un irrimediabile pregiudizio verso i media e le loro logiche, e che alla fine contribuisce a screditare la Chiesa presso gli stessi «cristiani comuni», come li chiamerebbe Luigi Accattoli, che, come si diceva, leggono i giornali «laici» e guardano i programmi televisivi più di quanto non leggano i giornali «cattolici» e i documenti del papa e della CEI. Tocchiamo qui l'annoso punto della costruzione di un'opinione pubblica nella Chiesa: un cantiere che, se mi consentite una metafora un po' ardita, somiglia tanto, nel bene e nel male, a quello della *Sagrada Familia* a Barcellona... non aggiungo altro.

Ciò non toglie che sia necessario sapere sempre, quando si prende la parola, in quale contesto essa comparirà, quale ruolo dovrà giocare il nostro intervento nel dibattito sollevato, evitando possibilmente quello dell'istituzione moralistica che in Inghilterra è di solito riservato alla Chiesa dai tabloid, e in Italia dai contenitori televisivi pomeridiani. E poi c'è il fattore-tempo:

«quando è giusto parlare in pubblico – dice Ivereigh –, è importante farlo in fretta», rapidamente e con vigore. E infine: non limitarsi a cavalcare le onde, ma dare il proprio contributo a sollevarle, cioè a «fare opinione», mostrandosi «disposti a sostituire il pulpito con la lingua dei media, che preferisce il personale all'astratto, l'umano all'istituzionale, il dialogo – per quanto superficiale – al monologo».

Mi pare che in ordine al come «comunicare la vita buona del Vangelo», queste indicazioni abbiano già detto molto. Vorrei però aggiungere ancora, prima di mettermi io in ascolto delle vostre opinioni ed esperienze, un paio di esemplificazioni, molto distanti tra loro ma, spero, ugualmente significative, fatte su due ambiti assai vasti del discorso pubblico, seppure non così centrali come la politica e l'economia.

La prima riguarda il mondo stesso della comunicazione, in particolare quella televisiva. È evidente a tutti che si parla e si scrive moltissimo dei contenuti proposti dai media: il sistema, in sostanza, si parla addosso. Soprattutto la programmazione televisiva, essendo la TV il mezzo in assoluto più frequentato dagli italiani, genera discussioni e dibattiti. E non c'è bisogno di citare il n. 51 degli orientamenti pastorali, «La comunicazione nella cultura digitale», per dire quanto questo dibattere stia a cuore alle comunità ecclesiali, che infatti prendono volentieri la parola su queste materie. Eppure è proprio qui che più spesso si cade in alcuni dei limiti che ho segnalato più sopra: moralismi, astrattezza, difesa istituzionale, pretesa di avere l'esclusiva della trattazione del tema religioso.

Io invece penso che se le forme della cultura popolare attingono ancora all'universo religioso, segnatamente a quello cristiano: ai suoi riti, ai suoi simboli, alle sue forme espressive, è buon segno: vuol dire che non siamo ancora all'insignificanza, che su questi riferimenti si può lavorare, aiutare a riconoscerli, impegnarsi per valorizzarli. È ad esempio noto che non in tutte le edizioni

internazionali del *Grande fratello* il momento in cui ciascun concorrente si trova a tu per tu con il pubblico, tramite la mediazione invisibile degli autori, si chiama «confessionale», come qui in Italia... Ed è altrettanto noto, venendo a cose più recenti, che gli autori di *Vieni via con me* ne avevano progettato la forma sul modello liturgico, con Saviano in veste di omileta e i famosi «elenchi» simili a salmi responsoriali, o a giaculatorie. Meno centrale, ma a mio parere non meno significativa, la somiglianza tra il look (e probabilmente anche il ruolo, in rapporto ai genitori e agli altri adulti) dei bambini e preadolescenti «canterini» dei programmi gemelli di Antonella Clerici e Gerry Scotti e quello dei nostri bambini e preadolescenti alle feste di prima comunione e di cresima.

Per non dire della pubblicità. Chi non ha presente i gelati Magnum venduti come «peccati capitali», o il longevo e molto terrestre paradiso Lavazza... Mi soffermo sulla recente campagna Sky che recitava: «Solo su Sky lo sport fa miracoli», ritraendo diversi campioni, per lo più calciatori, sotto le sembianze di santi e nell'atto di compiere prodigi. Perché, invece di offendersi, non andare a decodificare il messaggio? Si poteva così osservare che è lo sport guardato, cioè il tifo e il business che vi prospera intorno (che è l'aspetto che interessa a Sky), che si serve da tempo e a piene mani di un linguaggio e di riferimenti religiosi, e che anzi la passione per un determinato sport e l'adesione a una determinata squadra funzionano come una vera religione pagana: nel senso che chi vi aderisce può farlo solo perché «crede» a un intero sistema, che invece è con tutta evidenza assai poco «credibile», e nel senso che i campioni dello sport vengono sistematicamente divinizzati e mitizzati. Se dunque guardiamo agli spot di Sky come a un modo (divertito, ironico, e ovviamente strumentale) di dare evidenza a questo dato di fatto, possiamo concludere che essi prendono in giro non tanto i «santi» della nostra Chiesa, quanto i «santini» delle figurine Panini, anche se in cambio essi ricevono lauti compensi aggiuntivi. E possiamo trarne spunto per insegnare ai

nostri figli a non «credere» in altro sport se non in quello praticato con gli amici, per divertirsi.

L'altro ambito su cui vorrei fare qualche esemplificazione è quello dell'irruzione della morte, e di una morte violenta, nelle nostre case attraverso i media. I casi possono essere molto diversi. Vengono subito in mente le grandi catastrofi naturali, che più facilmente danno occasione di riprendere sui media, a volte in forme un po' discutibili, il grande tema della teodicea. E in questi giorni abbiamo negli occhi, certamente, i corpi martoriati di Gheddafi e Simoncelli, mentre per «il mondo dei cattolici», andando più indietro nel tempo, è di sicuro la morte di Eluana Englaro, che pure è stata violenta, anche se in un senso meno immediato, quella che più ci ha interpellato.

Ma io credo che il fatto di una morte, per di più violenta, dovrebbe trovare molto più spesso i soggetti ecclesiali capaci e solleciti a prendere la parola, proprio in nome della vita, e della vita buona che vogliamo comunicare e a cui vogliamo educare. Se sapremo dire una parola di senso, di comprensione, di ascolto e di consolazione davanti alla morte, e a certe morti, sarà più udibile la parola che legittimamente pretendiamo di dire a tutela del «diritto primario alla vita a partire dal suo concepimento fino al suo termine naturale» (secondo la formulazione originaria del più importante dei «principi non negoziabili» che il magistero recente ha sottolineato come rotta principale dell'insegnamento sociale della Chiesa).

E poiché le forme più pervasive di questo aspetto del discorso pubblico riguardano certamente quegli efferati delitti di cui la cronaca nera è sempre stata piena ma che, direi da Cogne in poi, hanno trovato un'*audience* straordinariamente vasta, grazie a una spregiudicata contaminazione tra cronaca e fiction che li racconta in forme spesso morbose, è in quest'ambito che ho cercato qualche esempio, senza naturalmente auspicare che, accanto ai

numerosi avvocati e criminologi, anche al «prete» si riservi un posto fisso nei vari tribunali mediatici.

Non ricordo ad esempio che a proposito della vicenda di Sarah Scazzi, la ragazzina uccisa ad Avetrana nell'agosto 2010, abbia mai preso la parola in pubblico un membro della comunità dei Testimoni di Geova cui notoriamente aderisce la madre. Si è invece udita, e ripetutamente, la voce del parroco della comunità di Brembate in cui è attivamente inserita la famiglia di Yara Gambirasio, l'altra ragazzina uccisa sul finire del 2010, anche se forse lo zelo sacerdotale lo ha indotto a un accostamento azzardato: quello tra Yara e Maria Goretti. E qui merita aprire una parentesi riprendendo il ragionamento di Ivereigh sulla sollecitudine per le vittime: mi pare evidente che la sensibilità dei nostri tempi, diversamente da quella degli anni dell'omicidio di Maria Goretti, ma anche degli anni della sua canonizzazione, riconosce lo statuto di vittima a una donna violentata a prescindere dal fatto che essa sia riuscita a resistere alla violenza, e dalle motivazioni di questa resistenza, e ovviamente ci si aspetta che la Chiesa sia allineata a questo sentire. Si è udita molto chiaramente anche la testimonianza di fede, nutrita anch'essa nella comunità parrocchiale, di Carlo Castagna, l'uomo che nella cosiddetta «strage di Erba», nel 2006, ha perduto la moglie, la figlia e il nipote, e che ha pubblicamente e ripetutamente perdonato gli assassini dei suoi cari: Lucia Bellaspiga di *Avvenire* ha pubblicato con lui, nel 2009, un volumetto, *Il perdono di Erba*.

Ma anche a proposito di storie meno note, pur ugualmente drammatiche, mi è capitato di udire voci, magari non urlate ma sussurrate in qualche nicchia comunicativa, che, intravedendo dietro ai protagonisti la presenza di una comunità cristiana, si sono chieste se essa portava qualche responsabilità nell'accaduto. Alludo ai casi di bambini piccoli morti nella macchina parcheggiata perché «dimenticati» dai genitori sul seggiolino. La domanda più corrente che i media hanno rilanciato in queste

occasioni era «come è potuto accadere», sottintendendo una censura nei confronti del genitore responsabile. Ma qualcuno invece – lo ha fatto Maria Elisabetta Gandolfi sul blog *Vino Nuovo* – ha detto più onestamente «poteva accadere anche a me», e soprattutto si è chiesto cosa possiamo fare, come singoli e anche come comunità di fede, perché non accada a nessuno di noi e dei nostri prossimi di dover perdere un figlio per una distrazione: magari imparando sempre meglio ad alleggerire i pesi gli uni degli altri, e persino misurando – e qui è affare soprattutto dei preti – l’impegno in parrocchia se rischia di compromettere la qualità dell’impegno in famiglia.

E qui mi fermo, perché ho già abusato sin troppo del vostro tempo e della vostra attenzione. Ma mi auguro che anche queste esemplificazioni, riferite al discorso pubblico su due ambiti così diversi come i media e la morte, ci saranno di aiuto su come «comunicare la vita buona del Vangelo»: una comunicazione che non aspira, come concluderebbe Ivereigh, a convertire nessuno, ma certo ad abbassare gli ostacoli che l’evangelizzazione può incontrare: «rende più diretta la strada mostrando la prospettiva del pensiero e dei valori cattolici; contribuisce alla formazione dell’opinione pubblica con gli strumenti della chiarezza e della compassione; chiarisce malintesi e sensazioni negative; mostra una Chiesa responsabile, consapevole, saggia».

Grazie.