Il Margine, n.1/1993

CHIESA E MASS MEDIA:
al di là delle incomprensioni

Pierangelo Giovanetti

Non è mai corso buon sangue fra la Chiesa ed i mezzi di comunicazione di massa. Fin dall'inizio, fin dal loro apparire in coincidenza con le rivoluzioni borghesi e con il pensiero illuministico, la Chiesa ha guardato con ostilità e sospetto quelle "gazzette" che a suon di colonne di piombo propagandavano il confronto delle idee ed il libero dibattito fuori dal principio d'autorità e di tradizione. La Chiesa ha sempre temuto gli effetti della libertà di stampa sulle coscienze e, quando ha deciso di imbracciare anch'essa la via della "comunicazione sociale", lo ha fatto con precisi scopi di difesa, di attacco agli avversari e di apostolato religioso. E' questa la caratteristica genetica della "stampa cattolica" che ancor oggi si riscontra in un certo giornalismo cattolico, e della incomprensione fra Chiesa e mass media.

C'è voluto il concilio, ed il decreto conciliare *Inter Mirifica*, per vedere la Chiesa riservare le prime parole positive nei confronti dei mezzi di comunicazione sociale. Quei mezzi, nati un mezzo secolo prima, che ormai avevano assunto un ruolo centrale nella formazione dell'opinione pubblica e nella diffusione delle idee. E che la Chiesa non fosse molto ferrata sull'argomento e soprattutto si mostrasse ancora diffidente e poco sensibile all'importanza dei mass media nella società moderna, lo dimostra la stessa qualità del documento conciliare ed il modo con cui venne alla luce. L'*Inter mirifica* fu varata sbrigativamente dai padri conciliari, dopo solo sei ore di dibattito.

Uscì all'inizio del Concilio con il più alto numero di voti negativi (164), provenienti proprio dai padri più esperti in materia. Raccolse subito un coro di critiche ed effettivamente da più parti è giudicato documento scadente, ben lontano dalla maturità dei documenti successivi come la *Lumen Gentium* o la *Gaudium et Spes*. A tal punto che "su espresso mandato del concilio" si rinviava ad un'apposita "istruzione pastorale", che avrebbe fornito lo strumento applicativo dell'*Inter mirifica*: la *Communio et progressio*, che venne alla luce sette anni dopo, nel maggio 1971.

Questa resta tutt'oggi la *"Magna charta"* del pensiero della Chiesa nel campo dei mass media, anche dopo la promulgazione della nuova istruzione pastorale *Aetatis novae*, nel febbraio 1992. Un documento, quest'ultimo, fragile, per nulla innovativo, addirittura limitativo nel concepire i mass media strumenti "essenziali all'evangelizzazione e alla catechesi".

La doppia arretratezza

Nel campo dei mass media riscontriamo oggi una doppia arretratezza da parte della Chiesa. A livello pratico e teorico. Nel primo caso, con l'indifferenza e la scarsa attenzione prestate dalle comunità cristiane verso il decisivo campo delle comunicazioni di massa. Un atteggiamento che si traduce molto spesso in incomprensione reciproca, e nella presunzione che "se giornali e TV suonano le loro trombe, noi suoniamo le nostre campane". Ma ancora più preoccupante è l'arretratezza a livello di elaborazione teologica e di magistero sull'argomento. Manca una riflessione approfondita, che non si accontenti del generico richiamo di "utilizzare i mass media per l'evangelizzazione", ma affronti con coraggio e apertura il ruolo dell'opinione pubblica (oggi speculare a quello dei mass media), il pluralismo dell'informazione, il controllo delle fonti, il ruolo dei mass media come contro-potere e come elemento dinamico ed essenziale alla vita della democrazia moderna.

C'è poi l'improcrastinabile questione dell'opinione pubblica all'interno della Chiesa, già abbozzata dalla *Communio et progressio* e lasciata in molti casi lettera morta; l'autonomia del laicato cattolico (o delle famiglie religiose) dallo stesso controllo ecclesiastico nel campo dell'editoria e del giornalismo; la scelta oggi preferenziale per i mass media cattolici rispetto ai cattolici nei mass media; l'uso dei mass media prioritariamente in quanto strumenti di catechesi ed evangelizzazione rispetto al ruolo di informazione e di confronto delle idee. Sono questi i nuovi fronti su cui è richiesta un urgente riflessione ecclesiale e pastorale. Ma non solo. Anche la teologia morale si mostra balbuziente di fronte al complesso, quanto decisivo, terreno del "dominio attraverso i media". Questo spazia dalla capacità dei media di indurre comportamenti e bisogni, al progressivo svuotamento e livellamento delle culture, al controllo dei centri economici sul potere politico.

Il giornale, la radio, la TV "cattolica"

Di fronte alla complessità della sfida - che non è altro che il riemergere del nodo centrale: la concezione del rapporto Chiesa-mondo - la tendenza che si è accentuata negli ultimi anni, a Roma come nelle chiese locali, è quella di dar vita a strumenti "propri", "cattolici", con il compito di "formare e promuovere opinioni pubbliche rispettose della dottrina e morale cattolica e di far conoscere nella giusta luce i fatti che riguardano la Chiesa". Il rapporto Chiesa-mass media si è ridotto essenzialmente al disporre di un proprio giornale, di una propria radio, magari anche di una auspicata propria televisione, dove trasmettere programmi religiosi e informazione sicura per un pubblico ben individuato, con un linguaggio ben preciso. O di avere un giornale, o una radio, che faccia da fedele megafono alla proprietà. Magari come fiancheggiamento di forze politiche, o di realtà ecclesiali ben precise. Mezzi di comunicazione che rischiano d'escludere a priori la gran parte del pubblico, in una società secolarizzata e scristianizzata.

Ora, pur venendo incontro al gradimento di importanti fasce di pubblico con determinati bisogni, e pur rivestendo un ruolo di catechizzazione non trascurabili, strumenti comunicativi come "Radio Maria" e "Telepace", o certi modelli "veneti" di settimanale diocesano o di bollettini e foglietti informativi, non possono esaurire l'impegno della Chiesa nel campo dei mass media.

C'è bisogno di un salto di qualità. La lontananza, il distacco, la diffidenza con cui la Chiesa si approccia in generale ai mass media cosiddetti "laici", che in Italia, a parte il canale Rai, comprendono quasi tutto il mondo dell'informazione, costituiscono un grave ostacolo a far giungere l'eco della parola nei fatti e nella vita di tutti i giorni.

Dentro l'opinione pubblica

Oggi è attraverso i mass media che il singolo percepisce la realtà che lo circonda, si fa un'idea delle cose e dei fatti, viene a conoscere la stessa Chiesa, e la vita ed il messaggio e la testimonianza di cui essa è portatrice. Ma non solo. Oggi il giornale, la radio, la TV sono "l'agorà" in cui si svolge la vita associata, la piazza in cui si dibattono i problemi della comunità e si confrontano le idee. I mass media (specie l'ampia gamma dei mezzi locali) sono diventati il luogo stesso di partecipazione del soggetto alla vita pubblica, lo spazio in cui esso prende posizione ed esprime la sua idea. Al punto che opinione pubblica diventa l'opinione che risulta dai media.

La Chiesa non può, pertanto, rinunciare ad essere presente nel processo di formazione dell'opinione pubblica. Questo comporta, per la Chiesa, inserirsi in un contesto pluralista, eterogeneo e discontinuo, per rivolgersi interamente nel libero mercato delle opinioni, contando sulla propria forza vitale e di persuasione. In contrasto, quindi, con la totalizzante tradizione cattolica, la Chiesa deve legittimarsi nei mass media e nel processo di formazione dell'opinione pubblica, non per l'autorità di cui dispone o per la tradizione di cui è depositaria, ma per la forza delle idee, le capacità di comunicarle con creatività e fantasia, la concretizzazione che ad esse sa dare.

Certo, è più difficile e impegnativo che far uso del suo proprio strumento di comunicazione. Magari senza l'onere della prova e della motivazione. Questo comporta poi adeguare il linguaggio e le forme espressive perché entrino in comunicazione con il destinatario; tenere presente che anche i mass media, come ogni realtà temporale, hanno valori e leggi proprie, che vanno riconosciute nella loro indipendenza (e quindi necessitano e richiedono professionalità, per esempio); avere la consapevolezza che "rispondere a chi domanda ragione della speranza che è in voi" non consiste tanto nella comunicazione *ex cathedra* di verità "sistematicamente" formulate, ma nel portare la luce della fede alla comprensione de fatti degli uomini.

Questo nuovo modo di porsi dovrà tradursi anche in un incoraggiamento, come avviene per gli altri settori di frontiera, ai laici formati perché entrino nei mass-media, ne conoscano il funzionamento, e dal di dentro diventino "fermento vivo". Piano piano, inoltre, verrebbe così a ridursi quello stato di ignoranza generalizzato con cui tutti i giornalisti troppo spesso affrontano la realtà ecclesiale. E' vero: spesso nei giornalisti manca una competenza specifica in questo settore. Non c'è la capacità e la preparazione di comprendere una realtà come la Chiesa che è si realtà socialmente esperibile, ma che è Chiesa-mistero, sacramento di salvezza, segno di comunione fra Dio e gli uomini.

Le parole ed i silenzi

Ma spesso è anche viceversa. Giornalisti ed editori impegnati professionalmente non avvertono di avere alla spalle la fiducia della Chiesa e non ricevono da essa un appoggio per far fronte ai loro compiti. Ciò avviene quando il giornalista è reso semplicemente destinatario della sollecitazione a "sentire cum ecclesia".

Scrive la Chiesa tedesca nel documento *Kirche und Offentlichkeit* del luglio 1991 (comitato centrale dei cattolici tedeschi): "le redazioni sono generalmente disposte a riferire sugli avvenimenti che riguardano la Chiesa, se so-

no informate in modo obiettivo, completo e senza condizioni. Questo non accade sempre. Quando le notizie che sono d'interesse per l'opinione pubblica vengono riportate dalle autorità ecclesiastiche in modo tendenzioso o vengono addirittura soppresse, ne derivano voci e speculazioni che arrecano solo danno. Tale comportamento è di ostacolo all'obiettività di resoconti e commenti. "La pubblicazione di tutta la verità, che sia o non sia opportuno, rappresenta il migliore lavoro di creazione dell'opinone pubblica da parte della Chiesa" (vescovo Tenhumberg).

E' l'annosa questione dell'opinione pubblica all'interno della Chiesa che, nonostante sia supportata da fior di documenti del Magistero, stenta a prendere piede in pienezza. In primo luogo attraverso la stampa cattolica. Scrive il teologo moralista Enrico Chiavacci nel suo noto manuale *Teologia morale*:

> La stampa cattolica italiana mostra sempre l'episcopato italiano come compatto, unanime, concorde in ogni occasione: ciò non è vero (e guai se lo fosse), ma serve a far credere che fra vescovi, gente che per principio non sbaglia mai nè mai ha dubbi, non vi possono essere che unanimità.

Eppure in questo caso, l'istruzione pastorale del 1971 *Communio et progressio* (nn. 115-116) ha usato parole chiare al riguardo:

> La Chiesa è un organismo vivente e le occorre l'opinione pubblica, che si alimenta nel dialogo tra le sue membra: condizione di progresso nel suo pensiero e della sua azione... Perciò è necessario che i fedeli prendano piena coscienza di quell'autentica libertà di esprimere le proprie idee che si fonda nel sensus fidei e nella carità.

E ancora la *Communio et progressio* (n. 119): "Va riconosciuta ai singoli fedeli la facoltà ed il diritto di essere informati su tutto ciò che occorre per prendere parte attiva alla vita ecclesiale". Anche in questo campo, molto cammino resta da fare. Ma forse si riuscirebbe a superare almeno parte dell'incomprensione che ancora oggi esiste tra Chiesa e mezzi di comunicazione sociale. ■