**Corso di Alta Formazione**

# RACCONTARE LA VERITÀ

# PER COSTRUIRE CONTESTI INCLUSIVI

## Forza e debolezza dell'informazione cattolica italiana

di Sabina Fadel

## Stampa religiosa: le ragioni di una presenza

Stampa religiosa? Perché? Non è sufficiente sul tema l'informazione fornita dai giornali laici? Chi opera nel campo dell'informazione religiosa si è trovato spesso a confrontarsi con una sorta di pregiudizio che vedrebbe nei media religiosi, nello specifico cattolici, dei mezzi deputati unicamente a trattare, appunto, di religione. In realtà, il composito e sfaccettato mondo dei mass media di ispirazione cattolica per lo più non si limita ai temi legati al mondo della fede, bensì offre una lettura a trecentosessanta gradi della realtà alla luce di quelli che sono i valori cari al cattolicesimo. I quali, spesso, sono valori trasversali non solo ai vari credo religiosi, ma anche al mondo laico.

Perché allora questo diffuso atteggiamento pregiudiziale che vorrebbe relegare i giornali e i periodici, le tv e le radio di ispirazione cristiana a occuparsi di soli temi religiosi?

Forse – è in genere la prima e più facile spiegazione – per un atteggiamento ideologico che vede nella Chiesa unicamente l'istituzione, il luogo di potere e, come tale, non legittimata a esprimersi in contesti che non siano strettamente legati alla fede. Ma, anche, perché vi è oggi una scarsa conoscenza di che cosa sia nel profondo il cattolicesimo: siamo di fronte a una sorta di analfabetismo di ritorno (conseguenza del processo di secolarizzazione) che porta a rinchiudere il religioso solo in una visione spiritualistica, dimenticando che la base del cristianesimo è un Dio incarnato e dunque nulla di ciò che è umano può dirsi estraneo a esso. Ci sono senza dubbio, però, anche aspetti storici che hanno condotto a una simile, seppur viziata, visione.

Essi si situano alle origini della stampa cattolica, nella seconda metà dell'Ottocento. Per la precisione all'indomani di quel 20 settembre 1870 che decretò la fine dello Stato pontificio così come si era fino ad allora prefigurato: quando le truppe del generale Cadorna entrarono, attraverso la breccia di Porta Pia, a Roma per annettere la città eterna al neonato Regno d'Italia,

il pontefice vide sancire la fine del proprio secolare potere temporale, facendo i conti, forse per la prima volta, con un ampio dissenso popolare che pensò di combattere anche ricorrendo ai neonati strumenti di informazione che, proprio all'indomani dell'unificazione d'Italia, si erano ampiamente diffusi. La formazione di un «mercato nazionale senza barriere doganali e l'estensione a tutto il Regno delle leggi del Regno di Sardegna, in particolare quelle attinenti alla libertà di stampa, alla proprietà letteraria e all'istruzione, favorirono, infatti, una maggiore diffusione di libri e giornali e costituirono una spinta importante per l'avvio della trasformazione delle tipografie in imprese editoriali. Da quella fase iniziarono così a definirsi quelle che sarebbero state le caratteristiche dell'editoria e del giornalismo moderni, in grado cioè di raggiungere con nuovi strumenti un numero più vasto di lettori e con una maggiore consapevolezza della necessità di tener conto tanto dell'opinione pubblica quanto dei gusti e degli interessi del pubblico»[1].

La nascita e lo sviluppo dell'editoria cattolica si inserirono dunque in un contesto di grandi cambiamenti nel mondo dell'informazione, anche se con proprie peculiarità, poiché – a metà dell'Ottocento – ancora non vi erano in tale ambito veri e propri editori con programmi di ampio respiro, come invece avverrà a partire dal nuovo secolo, bensì un gran numero di aziende tipografiche e di librerie, impegnate prevalentemente nella stampa e nella diffusione di opere religiose, devozionali, di edificazione morale e così via.

Lo sviluppo di una vera e propria informazione religiosa avvenne nonostante la nota avversione delle allora gerarchie verso la stampa, la cui origine si fa risalire agli anni immediatamente seguenti alla rivoluzione francese, quando la politica assunse, non solo in Francia, un «marcato carattere anticristiano»[2], veicolando l'anticlericalismo anche attraverso i primi giornali. Infatti, la maggior parte delle testate nate tra 1600 e 1700, è espressione non di una cultura popolare,

[1] Albertina Vittoria, *L'editoria cattolica dall'Unità alla fine del Fascismo*, *Cristiani d'Italia*, Treccani, 2011.
[2] Giuseppe Costa, *Giornalismo e religione. Storia metodo e testi*, a cura di Giuseppe Costa, Giuseppe Merola, Luca Caruso, Libreria Editrice Vaticana 2012, pag. 16.

bensì di una cultura mercantile e letteraria, cresciuta all'ombra dell'Illuminismo e dunque intrisa di anticlericalismo e, soprattutto, elitaria. Aspetto questo che si supererà, come abbiamo detto, solo con l'abbassamento dei costi di stampa e la più ampia partecipazione di popolo.

Ma l'avversione della Chiesa verso il mondo dei media si fece ancor più marcata «rispetto alla stampa ottocentesca, giacché la stampa era il mezzo privilegiato per diffondere la nuova ideologia liberale» che propugnava, appunto, «l'autonomia assoluta dell'uomo»[3]. Bisognerà attendere Leone XIII (1878-1903), per avere un Papa capace di distinguere «tra fondazione teorica del liberalismo, incompatibile con la dottrina cattolica, e le conseguenze pratiche di questa ideologia… Lungi dal demonizzare la stampa, che alla fine dell'Ottocento era già un vero mass medium, il Papa incoraggiò i cristiani a mettere in piedi iniziative giornalistiche ed editoriali che facessero eco alla voce della Chiesa nella società. Così nacque, ad esempio, la Maison de la Bonne Presse, opera dei padri assunzionisti di Parigi, e si crearono diverse testate cattoliche in Francia, in Germania, in Italia e in diversi Paesi europei e americani»[4]

[3] Giuseppe Costa, *ibidem.*
[4] Diego Contreras (a cura di), *Chiesa e comunicazione*, Libreria Editrice Vaticana 1998, pag. 59.

## I primi, longevi, giornali

Si può legittimamente pensare che a favorire questo cambio di atteggiamento nei confronti dei media fu anche la nascita, attorno alla metà dell'Ottocento, di alcune autorevoli testate all'interno del mondo cattolico.

A dire il vero vi era già stato, alla metà del 1600, un primo esperimento di giornale cattolico, di ottimo livello ma di scarsa diffusione, aspetto quest'ultimo che non lo fa annoverare tra i veri e propri mass media. Ci riferiamo a «Il Giornale de' Letterati» (1668-1683), avviato dall'abate bergamasco Francesco Nazari (1634-1714), che, tra i suoi ispiratori, poteva annoverare il cardinal Michelangelo Ricci, insigne teologo e matematico del Seicento. «È importante sottolineare come questa rivista – divenuta poi "modello" per tutte le altre di genere letterario – contenesse recensioni delle più importanti pubblicazioni, soprattutto scientifiche, apparse all'estero – scrive Antonio Tarallo –. I fondatori si erano impegnati a fornire i riassunti delle opere in lingua straniera pubblicate in tutta Europa. Un'apertura/visione così moderna possiamo definirla solo che "straordinaria" vista l'epoca in cui la rivista è nata. In poche parole: la lotta dell'Illuminismo contro la sedicente Chiesa oscurantista, forse non era poi così fondata, visto che un giornale – e quindi un mezzo del sapere, della conoscenza – così scientifico e letterario, e di tale orizzonte europeo, era stato curato proprio da insigni prelati di Santa Romana Chiesa»[5].

Torniamo quindi all'Ottocento. Fu nel 1850 che fece la sua comparsa quella che a ragione può essere considerata la prima e più prestigiosa rivista cattolica italiana (che prosegue ancora, a distanza di 170 anni, le pubblicazioni) ad ampia diffusione. Si tratta de «La Civiltà Cattolica», fondata dal gesuita Carlo Maria Curci con la benedizione di papa Pio IX, la prima a sdoganare su un periodico cattolico l'italiano al posto del latino, lingua ufficiale del mondo cattolico,

[5] Antonio Tarallo, *Da Il Giornale de' letterati all'Osservatore Romano. Breve storia della stampa cattolica*, «San Francesco Patrono d'Italia» 2018.

proprio per favorirne un'ampia diffusione. Alla rivista sin dall'inizio contribuì un gruppo di gesuiti partenopei che, con la loro opera, avevano l'obiettivo di «preservare la "civiltà cattolica" dalle provocazioni dei massoni e dei liberali che agivano durante il periodo risorgimentale»[6]. La rivista ancora oggi esce il primo e il terzo sabato del mese. Complessivamente sono 24 quaderni l'anno, per circa 2.500 pagine. In essa possiamo leggere articoli di formazione e di riflessione teologica, filosofica, morale, sociale, politica e letteraria; focus sull'attualità in Italia e all'estero; rubriche sulla vita della Chiesa e di documentazione su personaggi di particolare rilievo. Vi sono poi note e commenti che prendono spunto da libri o da interventi pubblici, e la rubrica di recensioni e segnalazioni librarie (molto seguita e apprezzata), che propone anche la presentazione di film o di opere teatrali.

Undici anni dopo la comparsa de «La Civiltà Cattolica», per la precisione il 1° luglio 1861, ecco apparire un altro giornale che ha fatto la storia della stampa cattolica e che ancora oggi, come il suo illustre predecessore, è presente nel panorama dei media cattolici: «L'Osservatore Romano». Di tale quotidiano (che esce tutti i giorni, tranne la domenica, nel primo pomeriggio con la data del giorno successivo) possiamo dire che esprima, per antonomasia, l'informazione cattolica – visto che il suo editore è ufficialmente il «Dicastero per la Comunicazione» (che ha sostituito a seguito della Lettera apostolica del giugno 2015, *L'attuale contesto comunicativo*, la vecchia «Segreteria per la comunicazione») – ma non può comunque essere considerato l'organo ufficiale del papato, rappresentato invece dagli «Acta Apostolicae Sedis», gli unici atti informativi che ufficialmente esprimono la voce del pontefice. L'Osservatore, che gode di una linea editoriale autonoma, rimane però una delle tre fonti ufficiali di diffusione delle notizie riguardanti la Santa Sede, insieme a Radio Vaticana e al Centro Televisivo Vaticano (anch'esse riunite, dal 2015, sotto il «Dicastero per la comunicazione»). A fondarlo fu un avvocato di Forlì, Nicola Zanchini, e un giornalista di Cento (Ferrara), Giuseppe Bastia, con l'obiettivo di

[6] Tarallo, *ibidem.*

«difendere le ragioni di quello che resta dello Stato Pontificio. L'orientamento è ben riassunto nei motti che appaiono fin dal primo numero: *Unicuique suum* (A ciascuno il suo) e *Non praevalebunt* (Non prevarranno). Tutt'ora queste sono le "luci" che dirigono la barca. Sono impressi lì, sotto il nome della testata»[7]. Il giornale, nella sua più che centenaria storia, ha sempre avuto direttori laici e la presenza di firme ecclesiastiche è sempre stata piuttosto limitata. «Ancora meno noto è che solo dopo il 1885 la Santa Sede ne acquisì direttamente la proprietà (…). E fu molto più tardi, nel 1929, dopo la costituzione del minuscolo Stato vaticano che "L'Osservatore Romano" entrò nelle sue mura»[8]. Da allora l'autorevolezza del giornale crebbe, anche per la posizione libera e critica mantenuta nei confronti dei totalitarismi. «Furono gli anni Trenta e Quaranta la stagione più gloriosa del giornale, non a caso avviata durante la vivace temperie provocata anche nell'informazione della Santa Sede dal pontificato di Pio XI, ben consapevole dell'importanza della stampa e della radio, al tempo della propaganda totalitaria: al 1931 risalgono infatti le prime trasmissioni dell'emittente radiofonica vaticana, il cui progetto era stato affidato con preveggenza da papa Ratti a Marconi già sei anni prima. E in Italia, nel dibattito all'Assemblea Costituente, anche da parte laica venne riconosciuta con gratitudine l'importante funzione svolta da quotidiano vaticano, sottratto alla soffocante cappa imposta dal fascismo, "quando" ricordò Montini "la stampa italiana era imbavagliata da una spietata censura e imbevuta di materiale artefatto"»[9].

Nota dolente per il quotidiano è sempre stata la diffusione: nonostante il punto di vista unico che esso propone e la grande apertura alle questioni internazionali, nonostante l'ampiezza e la profondità dei temi anche culturali toccati e la presenza di servizi giornalistici basati su fonti spesso uniche, nonostante la sua caratteristica di «giornale di idee», (noi lo definiremmo oggi «giornale d'opinione») come volle descriverlo papa Paolo VI, auspicandone una sempre

[7] Tarallo, *ibidem.*
[8] Giovanni Maria Vian (a cura di), *Uno sguardo cattolico. 100 editoriali dell'Osservatore Romano (2007-2011)*, Vita e Pensiero 2011, pag. XII.
[9] Giovanni Maria Vian, *ibidem.*

maggiore incisività nel dibattito culturale contemporaneo, «L'Osservatore Romano», attualmente diretto da Andrea Monda, ancora paga lo scotto dell'ambiente in cui viene realizzato, verso il quale, come abbiamo visto all'inizio di questo nostro scritto, non mancano chiusure ideologiche pregiudiziali. Per questo la sua tiratura è ancora oggi esigua (si parla di poco più di 3 mila copie nell'edizione in italiano, cui si affiancano altre sette edizioni linguistiche settimanali in italiano, francese, inglese, spagnolo, portoghese, tedesco e malayam, lingua parlata in India). Dal maggio 2012 c'è anche un supplemento mensile rivolto alle donne, «Donne Chiesa Mondo», fondato dalla storica Lucetta Scaraffia e oggi coordinato dalla giornalista Rita Pinci. Una curiosità: la prima giornalista donna è stata assunta solo nel 2008; si tratta di Silvia Guidi che proveniva dal quotidiano «Libero».

A partire da inizio Novecento, la storia della comunicazione nella e della Chiesa è più nota: avvio della Radio Vaticana (1931), nascita della Sala Stampa Vaticana (1939), istituzione del Pontificio Consiglio per le Comunicazioni Sociali (nato come Pontificia Commissione nel 1946), creazione del Centro televisivo vaticano (1983) e dell'Ufficio Internet (1995). E poi, ancora: il magistero di Pio XI e Pio XII, l'*Inter Mirifica* (il decreto del Concilio Vaticano II sugli strumenti di comunicazione sociale, 1963), la *Communio et Progressio* (istruzione pastorale della Pontificia Commissione per le comunicazioni sociali sugli strumenti della comunicazione sociale, 1971), la *Aetatis Novae* (istruzione pastorale della Pontificia Commissione per le comunicazioni sociali sugli strumenti della comunicazione sociale, 1992), la *Redemptoris Missio* (enciclica di Giovanni Paolo II sulla missionarietà, 1990, in cui si parla ampiamente dell'importanza delle comunicazioni), quindi i messaggi per la Giornata mondiale delle comunicazioni, e ancora lettere e documenti di vescovi ed episcopati. Insomma, un cammino denso di riflessioni culturali.

Va comunque sottolineato che il pieno riconoscimento dei concetti di libera informazione, di informazione come diritto e di opinione pubblica, nella Chiesa giunse solo con il Concilio

Vaticano II, il quale, a partire proprio dall'ecclesiologia, ridefinirà il rapporto fra la Chiesa, il mondo, le religioni, i singoli uomini e donne.

Giacomo de Antonellis, così tratteggia l'informazione religiosa pre-conciliare: «Anni di disinformazione, di tatticismo giornalistico, di occasioni sprecate fino appunto al miracolo del Concilio. Anni da dimenticare, quelli precedenti, cancellando idealmente dalle emeroteche non solo fogli di chiara impostazione anticlericale, ma ben anche fogli grondanti uno zelo pedestre. Un cammino lungo e difficile, tra tentazioni di scoop sui giornali "indipendenti" – basta ricordare il diario medico sulle ultime ore di Pio XII – e censure sulla stampa cattolica – tipico il silenzio sui preti operai, argomento rimasto tabù per anni e anni – le quali tentazioni e censure sostanzialmente avvilivano l'opera di corresponsabilizzare e maturare i lettori, cittadini e credenti»[10].

Il Concilio, dunque, non solo portò a un netto cambio di marcia nell'informazione cattolica, ma rappresentò esso stesso l'evento ecclesiale con la maggiore ripercussione informativa a livello mondiale dell'intero Novecento. Per gli sviluppi accelerati delle tecniche di comunicazione, naturalmente, a cominciare dall'«era televisiva», come scrisse Vittorio Citterich, giornalista accreditato all'evento[11], il quale sottolineò come anche l'atteggiamento dei padri conciliari verso i mass media fosse cambiato a partire dal Concilio, al punto che sin dall'inizio essi discussero su come comunicare al mondo l'evento che stavano vivendo.

Il Concilio rappresentò dunque una grande occasione anche per il mondo laico, il quale per la prima volta fu costretto a ripensare drasticamente alle modalità con cui fino a quel punto aveva trattato l'informazione religiosa: «Una Chiesa che si apriva all'esterno, e si raccontava, e si metteva perfino in discussione, una Chiesa così non poteva essere descritta con i soliti *clichés*,

[10] AA.VV., *Laicità nei mass media*, Edizioni Messaggero Padova 1987, pag. 79.
[11] Vittorio Citterich, *La Chiesa diventa "notizia" per il mondo*, in «Tertium Millennium», maggio 1997, pagg. 52-53.

né tanto meno con i vecchi pregiudizi anticlericali»[12]. Il Concilio fu «una irripetibile scuola: di giornalismo, ma prima ancora, di verità»[13].

Importante, in tale frangente, fu l'esperienza del quotidiano cattolico «L'Avvenire d'Italia». Esso fu fondato, con il nome «L'Avvenire», a Bologna: la prima copia uscì nel novembre 1896, con il sottotitolo: «Giornale quotidiano delle Romagne e dell'Emilia». Il nuovo giornale, che si presentò come voce dell'episcopato bolognese (era infatti stampato nella tipografia arcivescovile), ebbe l'esplicita benedizione dell'allora pontefice Leone XIII, e nacque per contrastare la voce del giornale «L'Unione», controllato all'epoca da Marcello Venturoli che a sua volta dominava l'ala più intransigente dell'Opera dei Congressi (che riuniva il laicato cattolico). Nel 1902, sotto la direzione di Rocca d'Adria (pseudonimo di Cesare Algranati) mutò nome in «L'Avvenire d'Italia», cambiando anche linea editoriale: questa divenne meno clericalizzata e più generalista, con l'approccio tipico del giornale d'opinione.

All'epoca del Concilio, il quotidiano era diretto da Raniero La Valle, a proposito del quale il cardinale di Bologna Giacomo Lercaro scrisse: «La Chiesa deve a Raniero La Valle e con lui a "L'Avvenire d'Italia" una sincera riconoscenza per essersi fatti canali di comunicazione e di contatto tra la realtà del Concilio e quella dei cristiani e degli uomini anonimi. Questo giornale infatti, guidato con generosa fedeltà alla verità, con coraggio nell'assunzione delle proprie responsabilità, ha dato un primo esempio, parziale se si vuole, perché legato al suo proprio modo d'essere, di come la Chiesa possa diventare notizia per gli uomini, e da notizia interesse e da interesse realtà viva che li prende e li affascina. Da tempo ormai nessun giornale italiano, nemmeno di parte cattolica, assumeva come argomento centrale della sua cronaca un discorso strettamente religioso come quello che La Valle e i suoi collaboratori hanno portato innanzi per tutto il tempo del Concilio»[14].

---

[12] Gian Franco Svidercoschi, *Una scuola di giornalismo come lo fu anche il Concilio*, in «Tertium Millennium», luglio 1997, pag. 52.
[13] Gian Franco Svidercoschi, *ibidem.*
[14] Giacomo Lercaro, in Raniero La Valle, *Il Concilio nelle nostre mani*, Morcelliana 1966, pagg. X-XI.

Ma ancor più significativo fu quanto affermò ad Assisi, nel 1965, il cardinale austriaco Franz König, arcivescovo di Vienna, circa il rapporto venutosi a creare tra opinione pubblica e Chiesa proprio durante il Concilio, e sul compito specifico dei giornalisti: «L'opinione pubblica ha influenzato il Concilio. Al posto dei re e dei principi di un tempo, c'è oggi l'opinione pubblica. Il ruolo dei rappresentanti ufficiali e degli ambasciatori è oggi esercitato dai giornalisti. L'informazione che, in pochi istanti, vola da un punto all'altro del mondo ha rimpiazzato i messaggi segreti di un tempo. Per il suo atteggiamento conservatore, la Chiesa non ha saputo sempre valutare sufficientemente l'importanza dell'opinione pubblica. Alcuni giornalisti lamentano che la Chiesa non abbia ancora fatto loro il posto che gli spetta. I giornalisti hanno bisogno di fiducia. Sarebbe giusto non pretendere di dirigere l'intera informazione in base all'Ufficio stampa centrale del Concilio e lasciare ad ogni giornalista un largo accesso a tutte le fonti di informazione. (…) Quando un giornalista cattolico ha qualcosa da dire, egli non deve ottenere sempre il permesso del vescovo o una informativa da Roma. Egli deve mettere in guardia chi crede, deve spronare chi crede. Egli deve informare il mondo sulla Chiesa e la Chiesa sul mondo. Egli può e deve aprire la bocca e le orecchie della Chiesa. Egli non deve lasciarsi chiudere né la bocca né le orecchie»[15]. Quanto sottolineato dall'alto prelato austriaco sul ruolo dell'informazione pubblica e del giornalista resta ancora oggi di profonda attualità e dovrebbe essere applicato a ogni ambito dell'informazione, in quanto sottolinea in modo inequivocabile la necessità della massima indipendenza del giornalista dinanzi a ogni forma di ingerenza e di potere.

Ma la grande apertura che il Concilio portò anche nel campo dell'informazione, non riuscì, purtroppo, a mutare da subito, radicalmente e nel profondo, il difficile rapporto Chiesa-informazione: «Natura diversa dei fini, conflitti fra beni particolari e bene comune, non perfetta sintonia fra eternità e attualità. Perenne amore, quest'ultima, di un giornalismo che, spinto dal

[15] Henri Fesquet, *Diario del Concilio*, Mursia 1967, pag. 1024.

mercato, pur di non sottrarsi al suo fascino e dominio azzarda e s'avventura. È difficile – ha scritto in un suo saggio il giornalista Furio Colombo[16] – accostarsi a una religione, a una Chiesa, senza esserne parte. È difficile tuttavia per chi ne è parte, separare la notizia dalla persuasione benevola che circonda il suo rapporto con la realtà che la racconta. Così nell'informazione religiosa si segue a volte il modello della notizia politica, deformandone il senso e il valore»[17]. Nel post-concilio, il rapporto Chiesa-media subì alcune accelerazioni e qualche brusca frenata. Da subito Paolo VI, che conosceva bene i media essendo figlio di un giornalista, apparve come un pontefice particolarmente illuminato e aperto al mondo dell'informazione, pur mantenendo, com'era nel suo stile, una certa prudenza. A pochi giorni dalla sua elezione (avvenuta il 21 giugno 1963), nel corso dell'udienza concessa ai rappresentanti della stampa italiana ed estera, infatti, ricordando suo padre ebbe modo di esprimere la sua visione di giornalismo: «Non possiamo tacere una circostanza che ci sembra meritare da parte nostra, sia pure sobria, una discreta menzione; e la circostanza si è che nostro padre, Giorgio Montini, a cui dobbiamo con la vita naturale, tanta, tanta parte della nostra vita spirituale, era, tra l'altro, giornalista. Giornalista d'altri tempi, si sa, e giornalista per lunghi anni, direttore d'un modesto, ma ardimentoso quotidiano di provincia; ma se dovessimo dire da quale coscienza della sua professione e da quali virtù morali sostenuto, pensiamo che facilmente, senza essere trascinati dall'affetto, potremmo tracciare il profilo di chi concepisce la stampa una splendida e coraggiosa missione al servizio della verità, della democrazia, del progresso; del bene pubblico, in una parola»[18]. Gli anni del pontificato paolino, dunque, sono caratterizzati da una Chiesa che si mostra capace e desiderosa di scendere sul terreno mediatico, ma con il chiaro obiettivo di saper guidare la sua discesa in campo nel potere «medial-consumistico», senza farsene sedurre, dimostrando invece di riuscire a «domarlo a vantaggio dei propri obiettivi, anzi a beneficio

[16] Furio Colombo, *Manuale di giornalismo internazionale*, Laterza 1998, pag. 113.
[17] Giuseppe Costa, *ibidem.*
[18] Maurizio De Paoli, in «Famiglia Cristiana», 21 giugno 2013.

della società intera, del pluralismo e della libertà dalle manipolazioni. (…) Nella Istruzione pastorale *Communio et Progressio* (1971), Paolo VI ha gettato l'allarme sulle tendenze in corso a usare il sistema mediale in funzione di logiche di mercato incontrollate o non abbastanza regolamentate e dei condizionamenti pesanti che ne derivano sulla società democratica. Il documento ha riconosciuto anche che il cattolico nei media "può, anzi deve ritenersi impegnato in una libera ricerca per attingere una più profonda comprensione delle verità rivelate o per fare una presentazione più adatta alla nostra società pluralistica in continuo mutamento"»[19].

Eppure, fu solo durante l'era Wojtyla che i media nella Chiesa vennero per la prima volta non solo completamente sdoganati, ma utilizzati al pieno delle loro potenzialità. Giovanni Paolo II fu un pontefice già di per sé mediatico: sapeva comunicare in modo semplice, facilmente traducibile nel linguaggio dei media, accompagnando il suo eloquio con una gestualità che lo rendeva comunicativamente molto appetibile. Sin dal 1985, durante il Convegno ecclesiale di Loreto, Giovanni Paolo II invitò i cattolici italiani ad agire in modo che «la fede cristiana abbia, o recuperi, un ruolo-guida e un'efficacia trainante»[20], aprendo di fatto a una prospettiva missionaria nella quale i media assunsero una «rilevanza senza precedenti per la restaurazione del messaggio cristiano al centro della società moderna, reagendo alle teologie dell'invisibilità e del piccolo gregge, ma anche scuotendo il modello montiniano della mediazione tra annuncio cristiano e valori umani in azione nella storia»[21].

Si avvia dunque in Italia, proprio in quegli anni, un nuovo compromesso tra la Chiesa e i poteri forti dei media. Giancarlo Zizola così lo descrive: «Nel 1991 l'acquisto della Mondadori da parte di Silvio Berlusconi, ai danni della cordata laica di Carlo De Benedetti-*L'Espresso*, apre uno spazio all'Opus Dei, di cui è membro Leonardo Mondadori, nel principale gruppo editoriale italiano. La Mondadori acquista i diritti mondiali dell'intervista di Vittorio Messori al Papa

[19] Giancarlo Zizola, *Cattolici e mass media*, in Franco Lever - Pier Cesare Rivoltella - Adriano Zanacchi (edd.), *La comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche*, www.lacomunicazione.it.
[20] Giovanni Paolo II, *Discorso al convegno della Chiesa italiana*, Loreto, 11 aprile 1985, www.vatican.va.
[21] Giancarlo Zizola, *ibidem.*

*Varcare la soglia della speranza* (1994), pubblica altri testi papali, infine le *Guide del Giubileo*, mentre lo stesso Messori entra come consulente dell'editrice per i volumi "religiosi". Alcuni cattolici criticano l'alleanza tra la nuova destra cattolica e la nuova destra economico-finanziaria come "nuovo patto costantiniano": la visibilità mediatica della religione e della Chiesa è assicurata, a condizione che non ecceda la nicchia del sacro e sotto un forte controllo istituzionale»[22].

Il resto lo fece l'*appeal* mediatico di Giovanni Paolo II, che riuscì a far entrare la propria immagine e quella della Chiesa nei grandi network pubblici e privati italiani. In questo periodo si cominciarono a vedere in tv sempre più spesso esponenti ecclesiastici, nei giornali apparivano di frequente interviste ad alti prelati, a teologi o a religiosi. È la cosiddetta «rivoluzione comunicativa» legata al carisma del primo «Papa mediatico». Questo cambiamento di indirizzo sollevò non poche preoccupazioni anche all'interno del mondo stesso della Chiesa, in particolare perché le categorie prevalenti nel trattamento mediale del fenomeno religioso vennero giudicate «fortemente riduttive, con l'accentuazione di elementi magico-sacrali, emozionali e consumistici, una larga connotazione clericale e papale, nei modi dell'autorità dell'irrazionale assoluto, oppure con l'uso della realtà religiosa per l'influenza che può esercitare sul consenso politico delle masse»[23].

È a questo punto che fa la sua discesa in campo un altro potente esponente della Chiesa italiana: il cardinale Camillo Ruini, allora segretario della Conferenza episcopale italiana (Cei). Egli, in un convegno della Commissione ecclesiale per le comunicazioni sociali, ad Assisi nel 1990, dopo aver analizzato le debolezze della comunicazione laica in ambito religioso, dichiarò che «la Chiesa non può assolutamente mettersi da parte, ma deve porre in essere tutte le iniziative in grado di inserirsi validamente nella tendenza in atto, investendo nella comunicazione e anche nei mezzi di comunicazione». Praticamente una dichiarazione di massiva scesa in campo dei

[22] Giancarlo Zizola, *ibidem.*
[23] Giancarlo Zizola, *ibidem.*

media cattolici, perché, sostenne ancora il cardinale «la complessa situazione attuale richiede sicuramente anche l'espressione diretta da parte della Chiesa non soltanto di informazione sul segmento ecclesiale, ma di una comunicazione che sa investire nel suo insieme il problema dell'uomo e della società, a partire da una specifica autenticità, rappresentata dagli occhi della fede»[24].

Il resto è storia nota: al successivo Convegno ecclesiale di Palermo del 1995 venne lanciato il «Progetto culturale orientato in senso cristiano», al cui interno la comunicazione sociale assunse un ruolo preponderante. «Viene rilanciata come progetto esecutivo l'ipotesi centralista di sinergie tra i media di ispirazione cristiana, accantonando le raccomandazioni alla Chiesa di partecipare al dibattito pubblico sui media senza restrizioni confessionali e resistendo alle pretese di costituirsi in potenza mediale concorrente. La strategia viene giustificata, in sede di assemblea dell'episcopato nel 1996, richiamando la necessità di contrapporsi alla "nuova forma ideologica di tipo consumistico, attraverso il linguaggio pubblicitario, che ha imposto i propri ritmi e la propria logica a tutte le forme di comunicazione, generando l'alienazione fondamentale del nostro tempo" (Francesco Lambiasi). Si istituisce un nesso tra la situazione della comunità cristiana nell'Italia della fine del Novecento con quella della fine dell'Ottocento, fino al *Non expedit*, all'origine dell'emarginazione dei cattolici dalla vita pubblica. Si pone l'accento sullo "svuotamento progressivo a cui i cristiani si autoconsegnano con un accesso esclusivo ai media di informazione laicista" e si sottolinea l'urgenza "che si innesti in loro una consapevolezza più vigile circa l'influenza dei media in generale" (Giulio Sanguineti)»[25].

Partì così la fase di grande espansione dei media cattolici in Italia: venne riconosciuta la funzione dei Settimanali cattolici italiani diocesani, quale «presidio territoriale di straordinaria valenza teologica e democratica», paragonabile alla *free press* degli Stati Uniti, e questo ne favorì il loro sviluppo anche grazie a un piano di sinergie economiche, tecnico-amministrative

[24] Cei, 1990.
[25] Giancarlo Zizola, *ibidem.*

e pubblicitarie che avrebbe poi unito gli allora 142 settimanali cattolici aderenti alla Fisc (Federazione italiana settimanali cattolici), con una tiratura complessiva di 1 milione e 100 mila copie. E, al contempo, l'Ufficio per le comunicazioni sociali della Cei decise anche il potenziamento del quotidiano dei vescovi, «L'Avvenire» (che nel 1999 è diffuso in 90 mila copie), la creazione di una rete televisiva digitale via satellite, Sat2000, oggi TV2000 (che iniziò le trasmissioni nel 1998 e si fece capofila di una catena di altre trentacinque tv locali ecclesiali), venne avviato Blu Sat 2000, un circuito radiofonico via satellite composto di circa 250 radio locali, e così pure si decise di rilanciare il Sir, Servizio informazione religiosa, l'agenzia di stampa della Cei.

Per comprendere la forza dell'informazione cattolica italiana in quegli anni, basti ricordare che insieme al mondo mediale targato Cei, nel territorio risultavano attive 42 riviste missionarie facenti capo alla Federazione stampa missionaria italiana, la *Missionary service news agency*, 650 circa testate legate ad associazioni e movimenti (Azione Cattolica, Movimento dei Focolari, Comunione e Liberazione, Acli...), oltre 300 testate emanazione di santuari, 422 riviste di congregazioni e ordini religiosi, 15 mila e più bollettini parrocchiali. Oltre a vere e proprie ammiraglie, come le testate delle Edizioni San Paolo e Paoline e quelle del «Messaggero di Sant'Antonio» (che all'epoca, nella sola versione italiana, contava oltre 1 milione di abbonati). E poi due quotidiani cattolici locali, «L'Eco di Bergamo» (60 mila copie) e «Il Cittadino di Lodi» (15 mila copie), di fatto i quotidiani di riferimento delle due città, e infine le riviste di teologia, spiritualità e cultura (la già citata «Civiltà Cattolica», «Vita e Pensiero», «Studium», «Concilium», «Aggiornamenti sociali», «Testimonianze», «Rocca», «Esodo», «Credere Oggi»...).

## Oggi: più ignoranti, più santi?

E giungiamo finalmente ai nostri giorni. L'avvento di papa Francesco, nel 2013, ha senza dubbio dato nuova linfa alla presenza della Chiesa nei media laici, soprattutto grazie al suo stile comunicativo. La sua è stata definita, come già accaduto con Giovanni Paolo II, «una vera e propria rivoluzione comunicativa» volta ad affrontare in modo diretto le questioni centrali della società. Basta osservare con attenzione le modalità espositive e contenutistiche dei suoi discorsi: semplici, brevi, espressi e condensati molte volte in slogan o slang che non solo li rendono comprensibili a chiunque, ma favoriscono la loro trasmissione sui media e sull'online. Gli interventi pubblici di papa Bergoglio non richiedono in apparenza l'utilizzo di particolari chiavi interpretative e sono sintetizzabili in poche righe perché, per scelta ben precisa del pontefice, devono arrivare a tutti senza possibilità di fraintendimenti o incomprensioni. Siamo dinanzi a un Papa coltissimo (ricordiamone la provenienza gesuitica, realtà religiosa in cui alla cultura viene da sempre dato ampio spazio), che però ha scelto di fare della semplicità e dell'immediatezza la cifra stilistica del suo stile comunicativo. Insomma, un Papa «francescano» anche nel modo di comunicare. Le caratteristiche intrinseche alla sua comunicazione lo hanno portato a essere spesso «osannato» dalla stampa laica, alla quale, a onor del vero, anche il Papa stesso pare concedersi più volentieri che a quella cattolica, la quale, sotto il suo pontificato, non pare godere di ottima salute. Risale allo scorso maggio, per esempio, quella che da molti giornali laici è stata definita una sorta di reprimenda al mondo della comunicazione vaticana. In visita a Palazzo Pio, cuore pulsante del «Dicastero della comunicazione», papa Francesco, parlando a braccio, così si è rivolto ai giornalisti: «Grazie a voi per il vostro lavoro, per quello che fate. Io ho soltanto una preoccupazione: (ci possono essere) tanti motivi di preoccuparsi, sulla Radio, sull'Osservatore, ma uno mi tocca il cuore: quanti ascoltano la radio e quanti leggono l'Osservatore Romano? Perché se il nostro lavoro è

per arrivare alla gente, quello (a cui) si lavora qui è bello, grande, faticoso arrivi alla gente, sia con le traduzioni, con le onde corte, la domanda che voi dovete fare è quanti: a quanti arriva? C'è il pericolo, come in tutte le organizzazioni, di una bella organizzazione, un bel lavoro ma che non arrivi dove deve arrivare: il racconto del monte che partorisce il topo… tutti i giorni fate quella domanda: a quanti arriviamo? A quante persone arriva il messaggio di Gesù con l'Osservatore Romano?»[26].

L'informazione cattolica tradizionale sta attraversando, sotto il pontificato di Francesco, una forte crisi, che ha portato alla chiusura di numerose testate e case editrici. Molti hanno intravisto il primo segnale della nuova linea avviata dal Papa argentino già nel dicembre 2014, con la chiusura della storica testata missionaria dei gesuiti «Popoli». Una linea che si sarebbe di lì a poco concretizzata in una miriade di tagli, ridimensionamenti, accorpamenti. Una scelta di campo ben precisa, insomma: il primato della «carità economica» sulla «carità intellettuale».

Il fenomeno è stato magistralmente fotografato da Massimo Faggioli, in un recente articolo apparso sul «Domani»[27] in occasione dell'annuncio del recente fallimento della casa editrice dei Dehoniani, EDB: «Giungono segnali inquietanti sulla vita intellettuale dei cattolici. In Europa e nel mondo occidentale, negli ultimi anni molti giornali, riviste e case editrici cattoliche hanno chiuso, dopo avere alimentato l'intelletto dei fedeli (e non solo) per generazioni, soprattutto durante il Concilio Vaticano II e nei primi decenni del periodo post Vaticano II. Per la cultura cattolica italiana è la fine di un'era, e il futuro appare molto problematico. È un problema che va visto in parallelo alla mancanza di sostegno pubblico per la cultura italiana all'estero, al contrario di quello che fanno, per esempio, Francia e Germania. È una questione di geografia e relazioni internazionali nel cattolicesimo. Le culture cattoliche anglofona, ispanofona e francofona operano in un'area linguistica globale di eredità coloniale che l'Italia

[26] Franca Giansoldati, *Papa Francesco e il discorso choc ai suoi giornalisti: che audience abbiamo, chi raggiungiamo?*, «Il Messaggero», 24 maggio 2021.
[27] Massimo Faggioli, *La crisi dell'editoria cattolica racconta l'analfabetismo religioso di oggi*, in «Domani», 26 ottobre 2021.

non possiede. La cultura cattolica germanofona gode di uno spazio allargato (anche oltre i confini di Germania, Austria e Svizzera) nell'Europa centrale e orientale: in quello spazio la teologia e il sapere religioso hanno nelle università statali un ruolo che in Italia non ha in nessun modo (anche per scelte precise fatte dal Vaticano e dai vescovi italiani durante il pontificato di Giovanni Paolo II). È una crisi da cui non è indenne la Roma papale e capitale. (…) Roma – la Curia romana, il mondo vaticano allargato delle accademie e istituti, le università pontificie e quel vasto mondo culturale religioso e non, i palazzi del potere politico nella diocesi del Papa – era un tempo centro di produzione di idee, e di consumo di libri e riviste. Oggi non è più così, o almeno non nella stessa misura. È un cambiamento sostanziale nella cultura dei cattolici, che rivela la crisi di autorità della teologia del dialogo tra Chiesa e mondo del Vaticano II: crisi nella Chiesa come anche nella società di oggi. Nella Chiesa di papa Francesco, il modello del "prete di strada" sembra aver sostituito quella del "prete erudito". Ma nel cattolicesimo italiano i due modelli hanno spesso convissuto. Ci troviamo dinanzi, quindi, a una sorta di "abdicazione alle responsabilità verso il proprio carisma e una storia di contributo intellettuale" da parte del laicato ma ancora di più degli ordini religiosi e del clero (con rare eccezioni). Limitarsi ad amplificare la parola del Papa non è sufficiente e può diventare un comodo alibi. "Più ignoranti non significa più santi", come ha scritto Gianfranco Brunelli, il direttore della rivista cattolica indipendente "II Regno", che nel 2015 reagì al tentativo di soppressione da parte dell'ordine dei Dehoniani (a cui la testata apparteneva) e che ha adottato un profilo di responsabilità laicale, cruciale per affrontare alcune questioni, come quella degli abusi sessuali»[28].

La crisi della stampa, dell'editoria e della cultura cattolica dovrebbe in realtà preoccupare tutti i vertici della Chiesa, in particolar modo oggi, quando vi è una sottolineatura da parte del Papa e del suo entourage dell'importanza dell'ascolto, tema messo al centro non solo del prossimo *Messaggio per la giornata delle comunicazioni sociali* («Ascoltate!») di cui al momento è stata

[28] Massimo Faggioli, *ibidem.*

data solo un'anticipazione, ma anche dell'intero cammino sinodale che, apertosi lo scorso ottobre in tutto il mondo per concludersi nell'ottobre 2023, caratterizzerà il cammino ecclesiale del prossimo biennio. Perché l'ascolto è da sempre, per i cristiani, legato al tema del leggere: la Bibbia, certo, ma anche tutto ciò che aiuta ad ascoltare e comprendere la volontà di Dio nella storia e nella vita degli esseri umani, in tutti quei modi in cui Dio oggi parla. Ma, come ben sottolinea ancora Faggioli, «il problema è che, rispetto al XVI secolo, esistono oggi nuove forme di analfabetismo e ignoranza che toccano la Chiesa, e questo è un elemento chiave di contesto per comprendere le difficoltà del processo sinodale lanciato da papa Francesco»[29].

L'analfabetismo che tocca la Chiesa è il medesimo che coinvolge il mondo laico: poche letture approfondite, incapacità di soffermarsi a lungo su testi complessi, preferenza per i messaggi brevi e semplificatori dei media online e del mondo *social*; incapacità dei giovani, ma non solo, di leggere in modo critico la realtà e di confrontarsi in modo autentico al di fuori delle moltissime «echo-chamber» (camere dell'eco) nelle quali ci troviamo immersi nostro malgrado. Ma c'è anche, secondo alcuni esperti, un problema ideologico che coinvolge la Chiesa e che interessa trasversalmente nuove e vecchie generazioni, accomunate da un disprezzo verso il mondo intellettuale a favore di una «orgogliosa ignoranza» considerata in molti casi più vicina allo spirito originario del Vangelo perché purificata dalle derive secolari e relativistiche del Concilio Vaticano II. L'effetto complessivo è un'emorragia nel mondo dei media cattolici, che non pare destinata a fermarsi a breve. Nonostante vi siano alcuni settori dell'editoria e della stampa cattolica che sembrano non essere toccati dalla crisi: non a caso sono quelli che propongono un cristianesimo spicciolo, semplificato. Che spingono la devozione verso il devozionismo, la cultura verso lo spiritualismo; che negano la complessità di una fede pensata a favore di un rapporto di stampo fideistico con il reale.

[29] Massimo Faggioli, *ibidem.*

## Il caso «Messaggero di sant'Antonio»

Ma che cosa significa concretamente scrivere per un giornale cattolico? Quali caratteristiche dovrebbe avere un/una giornalista che opera in tale ambito?

La risposta è abbastanza scontata, per certi versi: deve essere una persona appassionata della verità, conoscitrice della dottrina cattolica ma non in forma unicamente dogmatica, bensì capace di distillarne i valori e di applicarli poi a una lettura della realtà a trecentosessanta gradi. Abbiamo visto come nulla di ciò che è umano sia estraneo al cristianesimo e pertanto nessun campo deve essere precluso a un/una giornalista che operi in tale ambito. È necessario che egli o ella conosca bene gli strumenti della comunicazione e che li utilizzi in modo corretto e onesto, che sia disposto a «servire» i lettori nella ricerca di una verità che sia la più completa e imparziale possibile – ben sapendo che la verità assoluta non sarà mai raggiungibile –, senza mai accontentarsi di fermarsi al verosimile che è quanto di più pericoloso e lontano vi sia dalla ricerca autentica della verità. Deve essere una persona capace di denunciare le situazioni negative, ma anche in grado di mostrare il tanto bene che c'è nel mondo. Lo sappiamo: il negativo in genere attrae il giornalista, perché, come si dice, *bad news is good news,* ma chi opera in un giornale cattolico, accanto a questa legge non scritta del giornalismo pone sempre l'attenzione alla ricerca di *good news* che accendano e incoraggino la speranza.

I giornali dovrebbero fotografare il mondo, ma talvolta il mondo lo creano, dando forma a notizie parziali e poco accurate, imprecise, dipingendo una realtà solo bianca o nera, dimenticando tutta la gamma di meravigliosi colori che essa a volte offre. «Quanta drammatizzazione del reale e dosi da cavallo di negatività riempiono cronache ed editoriali, prospettando chissà quali "inferni" e mondi in fiamme? Quante notizie, più vicine a una mediocre *catastrophic fiction* che a una seria inchiesta giornalistica leggiamo o sentiamo in un solo giorno? Tutto ciò ha a che fare con la mistificazione e il "furto della speranza". A dar retta

solo a queste notizie, che senso avrebbe impegnarsi per un mondo migliore, più sostenibile, essere corretti con il fisco, rispettare la natura, o fare volontariato? Che senso hanno sentimenti come la solidarietà e l'empatia? Se per esempio si continua a ripetere che l'Italia è un Paese "invaso" da clandestini dediti solo a spaccio e violenze e poi ammorbiamo giornali e social con notizie di cronaca nera che hanno come protagonisti in negativo solo cittadini stranieri, ben evidenziati sin dai titoli, qualcuno penserà di doversi chiudere in casa, sentendosi assediato, e magari qualcun altro, più incline al rambismo, inizierà a pensare di farsi giustizia da sé»[30].

Un/una giornalista che opera in un giornale cattolico dovrebbe quindi essere in grado di opporsi a tutto ciò. Se vuole «dare ragione della speranza» (1Pt 3,15), tale speranza non può essere da lui o lei calpestata, per incapacità di interpretare il reale o, ancor peggio, per la ricerca di uno scoop fine a se stesso o per piaggeria nei confronti di direttori ed editori. D'altra parte, il cristianesimo stesso è una «buona notizia» (*evangelion* significa proprio «buona notizia»), una *good news* che può dare senso e significato alle storie e alla Storia. Anche papa Francesco lo ha ripetuto più volte: «Non abbiate paura di rovesciare l'ordine delle notizie per dare voce a chi non ce l'ha; di raccontare le "buone notizie" che generano amicizia sociale, di costruire comunità di pensiero e di vita capaci di leggere i segni dei tempi»[31].

Qualcuno potrebbe obiettare che le caratteristiche fin qui analizzate appartengono *tout court* al buon giornalismo e non solo al giornalismo «targato» Chiesa cattolica. Verissimo. Ma chi opera in un media cattolico non può prescinderne, perché è consapevole di essere chiamato sempre e comunque a servire la verità, ma prima ancora la Verità.

Questo modo di fare giornalismo appartiene da sempre, almeno nelle intenzioni, a una delle riviste più diffuse nel panorama cattolico: il «Messaggero di sant'Antonio».

[30] Alberto Laggia, *Notizia*, Edizioni Messaggero Padova, 2021, pag. 135.
[31] Papa Francesco, *Discorso pronunciato ai giornalisti dell'Ucsi, Unione cattolica stampa italiana*, settembre 2019.

La rivista nasce nel gennaio 1898, con il nome «Il Messaggiero di S.Antonio» (la «i» di troppo sparirà dalla testata solo nel febbraio 1931), per volontà della Provincia patavina dei frati minori conventuali, come frutto del settimo centenario della nascita di sant'Antonio, che si era celebrato tre anni prima, nel 1895: «In quell'anno – scrivono i religiosi nel presentare il primo numero – noi sentimmo piucchemai il bisogno di un periodico, che mettesse a parte delle nostre sante consolazioni ogni cuore, che a tante anime intiepidite nella fede facesse sentire l'eco della voce del Santo»[32]. A idearlo un frate, padre Vittore Sottaz; direttore responsabile, in ossequio alle leggi che avevano soppresso gli ordini religiosi (1867), un laico, Giuseppe Bruniera; a dirigerlo nel concreto un altro frate: padre Alessandro Radovanovic. Stampato sin dall'inizio in seimila copie, è a tutti gli effetti un bollettino devozionale (come verrà chiamato per molti anni), che, come emerge dal primo editoriale, nasce per «essere messaggiero di sant'Antonio»[33] per portare al mondo la voce del Santo che «qui nella sua Basilica piucché altrove si manifesta in continui prodigi, e nunzio e messaggiero fedele farà sì che essa si ripercuota ogni dove»[34]. Accanto all'obiettivo di farsi portavoce di un messaggio forte e potente «Il Messaggiero» se ne pone, però, anche un altro: sollecitare la solidarietà verso i poveri attraverso «l'opera cara del pane dei poveri (…). Invitiamo fin d'ora i bisognosi dei celesti favori a ricorrere a lui, a rimettere nelle sue mani parte delle loro sostanze, acciocché con esse Ei valga ad asciugare le lacrime di tanti, che oggi gemono nella più squallida miseria»[35]. Sin da subito, quindi, la *mission* della neonata rivista è riassumibile nel motto (coniato nel 1995, in occasione degli 800 anni dalla nascita di Antonio) «Vangelo e Carità», sintesi di un'azione che rimane salda ancora oggi, a distanza di oltre 120 anni dalla fondazione del periodico.

La rivista attraverserà la storia italiana accompagnandone gioie e dolori, crisi e rinascite, senza mai perdere di vista la sua «missione» originaria ispirata dal santo francescano: farsi voce di

[32] Piero Lazzarin (a cura di), *Cent'anni pensando al futuro*, Edizioni Messaggero Padova, Emp, 1998
[33] «Il Messaggiero di S. Antonio», editoriale, gennaio 1898.
[34] «Il Messaggiero di S. Antonio», *ibidem.*
[35] «Il Messaggiero di S. Antonio», *ibidem.*

chi non ha voce, difendendo anche fattivamente i più poveri, gli emarginati, gli ultimi. La fedeltà a tale mandato condurrà anche uno dei suoi direttori, padre Placido Cortese (1907-1944), che assumerà la guida della rivista nel maggio 1937, a creare una «catena di salvezza», cioè una rete clandestina che avrebbe aiutato in seguito moltissimi ebrei e perseguitati a salvarsi dalla furia nazista e che per questo motivo fu arrestato dalle SS nell'ottobre del 1944, e torturato e ucciso nella Risiera di San Sabba a Trieste. Per tale ragione è stato dichiarato «venerabile» dalla Chiesa e ha ricevuto in memoria, nel 2018, la Medaglia d'oro al merito civile dal presidente della Repubblica Sergio Mattarella.

Il «Messaggero di sant'Antonio» raggiunge l'apice della sua diffusione a cavallo tra gli anni '70 e '90 del secolo scorso: oltre un milione gli abbonati della sola edizione italiana, cui si aggiungono gli altri 400 mila circa delle edizioni estere nate nel frattempo (inglese, francese, tedesca, spagnola, portoghese, polacca, una edizione in italiano per gli italiani all'estero e una per ragazzi). Dalle analisi Audipress apprendiamo, però, che i lettori effettivi sono molti di più: per un mensile, infatti, essi vengono stimati in tre volte tanto rispetto al numero degli abbonati. Insomma, il «Messaggero di sant'Antonio» in quegli anni si caratterizza per essere una vera e propria «corazzata» dell'informazione cattolica.

A decretare il successo di pubblico la linea editoriale che impegna il mensile in quegli anni: non più un'attenzione privilegiata ai soli temi di fede, bensì una linea «generalista», che si occupa di attualità, cultura, costume, e che sposa le battaglie anche sociali di quell'epoca, senza mai perdere di vista l'opzione preferenziale per i poveri. L'approccio valoriale non cambia, i principi cui ispira la sua lettura della società sono sempre quelli cristiani di attenzione agli ultimi, ai poveri, ma cambia invece, e molto, la modalità con cui la «parola» di Antonio viene diffusa. La devozione, che lega lo «zoccolo duro» dei lettori alla rivista e nei confronti della quale vi è sempre una grande attenzione, diventa punto di partenza da cui far crescere una fede più matura e consapevole. È, questo, uno stile ispirato dallo stesso Antonio, uomo di Dio che

seppe incarnare magnificamente nel suo tempo le istanze evangeliche, rifuggendo dal puro spiritualismo a favore di un significativo impegno sociale. Basti ricordare la sua lotta a favore delle vittime dell'usura, che portò il comune di Padova ad adottare, a loro tutela, una legge speciale. Ma anche l'incontro con Ezzelino da Romano, il tiranno del tempo, dal quale si recò per impetrare la liberazione dei prigionieri padovani. Un uomo davvero inserito a tutti gli effetti nel suo tempo. E così, dunque, diviene anche la rivista nata nel suo nome. Questa linea editoriale negli anni non è mai stata abbandonata, nonostante più volte essa si sia scontrata con rigurgiti devozionistici che hanno tentato di far diventare il periodico il «bollettino» della basilica del Santo.

Il «Messaggero di sant'Antonio»oggi sta attraversando un periodo di forte crisi, accomunato in questo alla stampa laica e, in particolare, a quella religiosa. Ne abbiamo analizzato in precedenza alcune delle ragioni, alle quali deve necessariamente aggiungersi anche il processo di secolarizzazione che rende insignificante per un numero crescente di potenziali lettori una lettura della realtà alla luce dei valori evangelici. Ma ciò non impedisce comunque alla rivista dei frati conventuali del Nord Italia (come si chiama ora la nuova Provincia religiosa) che si sono susseguiti alla direzione editoriale della rivista, di mantenersi fedeli al mandato originario antoniano: nel mondo accanto agli ultimi, denunciando le ingiustizie ma anche lasciando ampio spazio alle buone notizie, cercando di contestualizzare ogni evento per comprenderne in profondità le dinamiche e individuando, se possibile, le strade per superarlo, qualora si tratti di un evento negativo.

Questa scelta di campo ben precisa condiziona ogni decisione della redazione (composta oggi da otto giornalisti che si occupano di tre riviste, del sito web e dei social editoriali, guidati, come sempre, da un frate-direttore): dai temi da trattare all'impaginazione grafica, dalla scelta iconografica al linguaggio utilizzato.

Quello del «Messaggero di sant'Antonio» è a tutti gli effetti un giornalismo di prossimità: si occupa di temi che la gente sente vicini, da cui si sente coinvolta e stimolata. Ma propone anche tematiche di attualità, e per certi versi scomode, per promuovere una lettura inclusiva del mondo. È il caso, per esempio, del tema delle migrazioni, su cui il periodico ritorna spesso, promuovendo il rispetto, l'accoglienza, l'apertura nei confronti delle persone costrette a lasciare la propria terra: una scelta editoriale in conseguenza della quale la rivista riceve decine di lettere o email di abbonati che risentono, invece, del clima di chiusura promosso da visioni politiche e sociali lontane dai valori evangelici.

Il «Messaggero di sant'Antonio» è suddiviso oggi in sezioni: dopo le *Lettere al direttore* (la rubrica più letta della rivista), ampio spazio è dedicato a rubriche di attualità (come mensile non si occupa infatti di cronaca, ma comunque di temi che la redazione sceglie, immaginando, grazie all'esperienza giornalistica, che essi occuperanno le cronache dei giornali per almeno alcune settimane) economica, culturale, sociale, politica, di esteri, ecclesiale. Una di queste rubriche, per esempio, è tenuta da anni da giornalisti migranti che vivono in Italia. Si passa poi alla sezione *Interviste*, in cui viene data voce a personaggi o a realtà che appartengono indistintamente al mondo laico o cattolico, che hanno però una visione valoriale in sintonia con il Vangelo, e che quindi operano, per esempio, per la tutela dell'ambiente o per la lotta all'emarginazione, che si adoperano nel sociale, o che, in alcuni casi, utilizzano il loro ruolo pubblico per portare avanti battaglie a favore del rispetto della dignità e dell'uguaglianza; ma spesso gli intervistati sono anche personaggi che possono aiutare a comprendere un delicato passaggio legato all'attualità, una normativa appena approvata, che possono mostrare i lati meno conosciuti di un evento di cui magari le cronache si sono occupate in modo affrettato o superficiale. Si passa poi alle *Storie di vita*: vicende personali o collettive che promuovono una lettura positiva della società. In genere si tratta di storie di persone o di associazioni che hanno concretamente agito, spesso partendo da situazioni penalizzanti, per superare un problema o

per diffondere una cultura più inclusiva e attenta ai bisogni delle fasce più deboli della popolazione. Si giunge così alle pagine di approfondimento vero e proprio, nelle due sezioni *Uomo oggi*, *Reportage* e *Dossier*. Le tre sezioni si caratterizzano per il differente linguaggio anche iconografico utilizzato: i reportage utilizzano in prevalenza il linguaggio delle immagini; gli articoli della sezione *Uomo oggi* si occupano di temi di attualità, con un linguaggio più «veloce» e legato all'*hic et nunc*; la sezione *Dossier*, invece affronta le grande tematiche, anche esistenziali, cercando di contestualizzarle e capirne i possibili futuri sviluppi: la lotta contro le discriminazioni legate a provenienza, genere, religione, orientamento sessuale; i rapporti intra-familiari; fenomeni sociali che si prestano ad ampie e approfondite letture che chiamano in causa una visione ben precisa di essere umano; l'ambiente; tematiche difficili come la morte, la malattia, il disagio psichico. Vi sono poi la sezione dedicata alla vita della *Chiesa*, con editoriali e articoli, quella legata più strettamente al mondo della devozione (*Antonio oggi*, nella quale si pone attenzione in particolare all'attualizzazione del messaggio antoniano), le pagine di *Cultura* (con recensioni di libri, mostre, spettacoli teatrali), le rubriche di *Vita quotidiana*. Una sezione in particolare è legata all'ambito pastorale: ogni mese, infatti, vengono proposte pagine pensate per essere utilizzate da realtà parrocchiali o associative.

Particolare attenzione, come già si diceva, è prestata al linguaggio utilizzato che, nel solco del miglior giornalismo, deve essere semplice e comprensibile, senza mai scadere nella banalità. Purtroppo, l'abbiamo già visto, anche il «Messaggero di sant'Antonio» sta facendo i conti con la crisi del settore editoriale e dell'editoria cattolica in particolare: dal milione e oltre di abbonati degli anni '90 si è passati ai circa 300 mila attuali. Alcune posizioni (per quanto contrastate dalla redazione nella sua totalità) vorrebbero che la rivista si posizionasse su una linea maggiormente devozionale o addirittura devozionistica, allineandosi in tal modo a quanto sta succedendo oggi nella Chiesa e che è stato ben descritto da Massimo Faggioli[36] nel già citato

[36] Massimo Faggioli, *ibidem.*

articolo sul «Domani»: un rifiuto del pensiero riflessivo e problematizzante in tema di fede, della prospettiva teologica, l'esclusione di una lettura complessa di una realtà altrettanto complessa a favore di schemi riduttivi, superficiali e semplicistici. Nonostante ciò, la rivista sta «resistendo», e finora è comunque riuscita a portare avanti la sua idea di giornalismo d'approfondimento, pensante, che sa cogliere, leggere e interpretare a vantaggio dei suoi lettori la realtà odierna caratterizzata da veloci cambiamenti e forti contraddizioni. E questo benché sia costretta a operare in tempi e con un organico ridotti a causa della situazione di crisi. Ma non si può pensare di fare giornalismo di approfondimento, come sappiamo bene, con i tempi del quotidiano o, addirittura, del web. Per questo, insieme a un vasto movimento d'opinione che sta attraversando trasversalmente il mondo dei comunicatori nei media religiosi, anche la rivista antoniana sta cercando di proporre e di diffondere una lettura problematizzata e complessa dei tempi in cui è chiamata a operare. Tempi in cui, purtroppo, anche a livello ecclesiale, si sta sempre più diffondendo l'idea che essere più ignoranti significhi essere più santi[37], in cui la mediazione del giornalista viene ritenuta non indispensabile, in cui alla «carità intellettuale» (compito prezioso cui la Chiesa non ha mai derogato nemmeno in terra di missione) si contrappone la «carità economica», dimenticando spesso che la prima può aiutare a estirpare le radici della povertà e dell'ingiustizia. «Il Messaggero di sant'Antonio», alla stregua di altre riviste e periodici cattolici, sta cercando di resistere per i suoi lettori, continuando a perseguire un giornalismo che, almeno nelle intenzioni, sia intelligente, profondo, maturo, responsabile. Esattamente come dovrebbe essere quella fede di cui vuole farsi portavoce.

[37] Marco Marozzi, *Brunelli direttore de Il Regno «La Chiesa non ha mai capito l'utilità di quel progetto»*, «Corriere di Bologna», 13 ottobre 2021.

# INDICE

*Stampa cattolica: le ragioni di una presenza* **2**

*I primi, longevi, giornali* **5**

*Oggi: più ignoranti, più santi?* **17**

*Il caso «Messaggero di sant'Antonio»* **21**