

Comunicazione cattolica

Matteo Cantori e le lezioni di figure che operano all'interno della Chiesa

di ALESSANDRO MOSCÈ

Matteo Cantori, avvocato marchigiano, docente di Storia dei Rapporti tra Stato e Chiesa presso l'Università Niccolò Cusano di Roma, è un collaboratore del nostro giornale. Tra le varie pubblicazioni che ha dato alle stampe si distingue, ultimamente, *Evoluzione dell'informazione cattolica* (Editoriale Romani 2021) in cui, come recita il sottotitolo, fa riferimento alle lezioni inedite di giornalismo da parte di figure che operano nell'ambito della Chiesa e delle varie diocesi italiane. Nella postfazione Gualtiero Bassetti, presidente della Conferenza Episcopale Italiana, afferma esplicitamente: "Questo testo, con tutti i suoi contributi, vuole farci riflettere su come l'annuncio cambia e opera nella storia e nella società, seguendo nuovi linguaggi e nuove tecnologie". Si tratta di saper annunciare questi input perché i media non costruiscono l'informazione solo nelle redazioni e tramite relazioni virtuali davanti ad un terminale, ma specie nell'incontro con la gente per una sfida professionale che riguarda, in primo luogo, gli stessi media locali. "L'Azione" viene citata da Claudio Maria Celli (Arcivescovo di Civitanova e presidente emerito del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali e del Consiglio di Amministrazione del Centro Televisivo Vaticano), il quale mette in luce, lusingandone l'operato, il nostro giornale diretto da Carlo Cammoranesi: vera e propria "scuola di giornalismo cattolico". Nel volume emerge l'importanza di un laboratorio

di scrittura ecclesiale e culturale, perché come dice Paolo Ruffini, Prefetto del Dicastero per la Comunicazione della Santa Sede, la testimonianza del fondamento teologico del nostro agire è il punto fermo dell'informazione cattolica, la quale non può prescindere dalla testimonianza diretta e da un servizio all'unità e alla fraternità, partendo dalla bussola, insostituibile, del Vangelo. Il Papa stesso, del resto, annuncia e comunica quotidianamente il Vangelo (Bergoglio è definito il Papa dei gesti e degli sguardi, della Chiesa misericordiosa più che delle parole). Tornando al servizio di testimonianza, basterebbe pensare alla Radio Vaticana a partire dal 1931, uno strumento di straordinaria diffusione, così come a "L'Osservatore Romano", giornale prestigioso nato nel 1861, il cui attuale direttore, Andrea Monda, puntualizza di credere in una stampa "sana e intelligente"

dentro la riforma della comunicazione imperniata sull'integrazione, sul binomio tra il mondo cartaceo e quello digitale. Leggendo i contributi dei vari articolisti, constatiamo come le società contemporanee ricorrano in misura contenuta alla religione accentuando la matrice individualistica, per cui Dio stesso è costruito su misura, secondo le proprie egoistiche necessità. Altri aspetti che emergono dal libro attengono alla comunicazione cosiddetta di comunità (pastorale), intesa come prossimità da custodire e da coltivare. Riferisce Vincenzo Corrado, Direttore dell'Ufficio per le Comunicazioni Sociali della Cei, che "pro-vocare" chiama alla verità: "E' quanto mai urgente trovare la strada per capire che lasciarsi pro-vocare non è più cadere in contestazione per finezze intellettualoidi, ma piuttosto raccogliersi in silenzio e ascoltare a cosa ci chiama la comunità". La comunicazione è credibile, dunque, quando è autentica e ha fondamenta salde. Altro elemento determinante dell'informazione cattolica è la distinzione tra ciò che è bene pubblicare e ciò che meglio accantonare. Risulta determinante la coscienza dell'altro, il bene comune, il dialogo come metodo. Da non trascurare la comunicazione per immagini, perché un testo fa riflettere e un'immagine fa pensare (Arturo Anastasio). La parte riservata alle diocesi si apre con la parola di Antonio Sciorino, che è stato direttore di "Famiglia Cristiana", il quale sottolinea il fenomeno della globalizzazione e l'avvento del digitale, la fedeltà all'insegnamento del Vangelo, per cui i nuovi mezzi sono solo un progresso della tecnica di cui servirsi, fermo restando l'autonomia



Il Papa ci indica un giornalismo connesso al locale

di pensiero, considerata "la più alta forma di carità". Ignazio Ingrao, Vaticanista del Tg1, avverte che nella comunicazione multimediale e nei social il pericolo è di cadere nella disinformazione e nella strumentalizzazione. "Di fatto le trappole della rete e la cronica mancanza di tempo a disposizione rendono assai più fragili ed esposti i giornalisti di oggi rispetto a quelli di ieri". E' basilare lo studio, l'approfondimento: la fede e il cattolicesimo ispirano una visione dell'attualità e comunicano con un pubblico vasto ed eterogeneo, ma rimangono imperniati sul Popolo di Dio e sul rispetto del sacro che genera "amicizia sociale". Il direttore Carlo Cammoranesi, nella sua disamina, pone in luce l'informazione meno soggetta alla pressione delle mode, tanto passeggera quanto invadenti. Scrive: "Il Papa ci indica un giornalismo strettamente connesso alle dinamiche locali, alle problematiche che nascono dal lavoro delle varie

categorie, agli interessi e alla sensibilità delle realtà intermedie". La franchezza piuttosto che l'ovvio, il pungolo che muove la leva, la molla che ci fa saltare. Un giornalista, del resto, non vive di rendita, ma deve formarsi continuamente. Le persone devono cercare se stesse nelle proprie origini, nelle piccole patrie". Sul futuro dei settimanali cattolici Carlo Cammoranesi ribadisce che nel mondo global la fedeltà al local, al territorio, è un dato perfino antropologico. "La territorialità se da un lato è una risorsa, un'opportunità, dall'altra non deve essere un limite, una chiusura, una spina nel fianco, un rischio permanente di campanilismo e faziosità. Ma il giornale trova nel territorio l'ossigeno per respirare bene. Certo, dipende dal territorio. Se il dialogo funziona, il giornale ne sarà uno specchio". E in effetti "L'Azione" è una risorsa che va ben oltre il particolarismo, perché abbracciando una realtà interattiva sa essere anche la sede di una geografia universale.



La vocazione di un settimanale aperto al territorio

Una sorpresa, quella del collega Matteo Cantori, che ha voluto festeggiare i 110 anni de "L'Azione" ed i miei 25 anni di direzione (quest'anno sono già 26) in modo originale e costruttivo. Un libro che raccoglie tra i migliori "interpreti" della comunicazione cattolica per verificare il livello di crescita dell'informazione, sotto la pressione delle nuove e moderne sollecitazioni tecnologiche con il rischio di un lavoro omologato ed ingessato sotto tanti aspetti. Cosa può comunicare di così tanto importante il mondo della Chiesa? Dove trovare stimoli ed entusiasmi, tra le trappole delle fake news ed una pandemia che riduce eventi e spegne i propositi? Gradevole e significativa la proposta di questo testo che in tempi così difficili per incontri dal vivo rappresenta un'autentica scuola di giornalismo cattolico da seguire leggendo queste righe, con lezioni che spaziano dalla carta stampata ai social, alla radio, alla televisione. "L'Azione" ha chiara la sua vocazione di settimanale spalancato sul territorio, per continuare a dare voce ai suoi abitanti e proporsi come agorà di confronto sull'affronto dei grandi temi della nostra comunità, sotto il segno della democrazia informativa e della libertà di espressione.

Carlo Cammoranesi

110 anni di vita: una presenza di prossimità

Il valore del cartaceo e gli approfondimenti

Inchieste e reportage di lunga durata

Lo abbiamo sostenuto più volte: il cartaceo non può essere sostituito dal mondo social. In linea di massima la qualità della comunicazione stampata è più curata, perché il tempo di vita è maggiormente dilatato. Questo non vuol dire che nelle pubblicazioni online non ci possano essere contenuti, ma il supporto classico è più complesso e soprattutto variegato. Il web divulga la notizia in tempo reale e l'aggiorna, il cartaceo l'approfondisce consentendo inchieste e reportage che solitamente non appaiono nei siti. Il digitale è un supporto, un complemento del cartaceo: lo è nel nostro caso così come nei grandi quotidiani e settimanali che hanno una diffusione nazionale. Lo spazio di pubblicazione delle notizie, nella tradizione, appare unico: il giornale o la rivista appunto, mentre il giornalismo digitale può diffondere i dati su diversi canali, ciascuno dei quali va affrontato con un linguaggio proprio, consono e più vicino al pubblico. Se la brevità immediatamente accessibile all'utente è la caratteristica principale del web, il cartaceo ha più radicalità e si lega ad una prassi consueta: la lettura nel divano di casa, nei bar, nei locali pubblici. Parliamo anche di generazioni che riflettono mondi, culture, società differenti, le quali hanno in comune solo una cosa: appunto la notizia. I giovani sono legati al digitale, le generazioni di adulti e anziani preferiscono di gran lunga il cartaceo. I due universi, per ora, si incontrano vicendevolmente.