

LA FAMIGLIA NEI MEZZI DI COMUNICAZIONE. EVANGELIZZAZIONE ED EVANGELIZZATORI

Convegno *Matrimonio e famiglia. La "questione antropologica" e l'evangelizzazione della famiglia*

Pontificia Università della Santa Croce

Roma, 13 marzo 2015

Norberto González Gaitano

Gli uomini e le società si sono fatti secondo l'immagine che avevano di sé stessi, e sono cambiati sulla base dell'immagine da loro stessi sviluppata.

Ashley Montagu

INTRODUZIONE

Prendendo in prestito una felice immagine di Papa Francesco, possiamo dire che la Chiesa, così come la società che serve, oggi si presenta come un gigantesco ospedale da campo militare. La metafora evidenzia l'aspetto della misericordia che comporta l'azione di curare dei feriti e proprio per questo è un'immagine che ci conforta. Tuttavia, essa non nasconde il fatto che la guerra non sia ancora finita e che i feriti continueranno ad esserci, ad arrivare. In questa interminabile guerra i mezzi di comunicazione possono essere, e di fatto lo sono, al contempo un'arma di distruzione di massa e un mezzo di terapia collettiva.

Mentre informano e intrattengono, i mezzi di comunicazione veicolano costantemente degli stili di vita, degli atteggiamenti e dei criteri di valutazione; in tal modo, nel bene e nel male, essi esercitano un'influenza in molti casi superiore a quella della scuola, della religione o della famiglia stessa. Questa sfida educativa¹ che viene posta a tutte le istituzioni formative – famiglia, Chiesa, Stato, etc. – non può essere né ignorata né tanto meno si può evitare di intraprendere con un sereno realismo. Il proposito di questo mio intervento è di analizzare che tipo di immagine di famiglia viene presentata dai mezzi di comunicazione, a partire da una selezione di studi accademici, oltre a presentare un insieme, *incoraggiante*, di strumenti dedicati alle famiglie esistenti per migliorare la situazione.

Semplificando molto, possiamo certamente convenire sul fatto che i mezzi di comunicazione svolgono due funzioni principali: informare ed intrattenere, anche se invero è possibile che disinformino e annoino. Ad ogni modo, e d'accordo con queste due funzioni ampiamente riconosciute, distinguiamo tra due ampie tipologie di contenuti: quelli informativi (*news*) e d'intrattenimento (*fiction*).² Orbene, concentriamoci su che tipo di rappresentazione della famiglia si registra nel primo di questi due campi. Riconosco che il secondo, quello della *fiction*, è di gran lunga più interessante e stimolante, ma al tempo stesso è assolutamente troppo vasto per poter essere esaustivamente affrontato in questa sede.

Sia per onestà intellettuale sia per scelta metodologica devo premettere che dall'immensa bibliografia che riguarda il tema della "famiglia e la comunicazione" ho escluso tutti gli studi che affrontano la questione da una prospettiva di genere (*gender studies*).

Non sono molte le ricerche che affrontano il tema della famiglia all'interno delle notizie, dei

1 *La sfida educativa*, Comitato per il progetto culturale della Conferenza Episcopale Italiana (CEI), Laterza, 2009. Il libro è un Rapporto-diagnosi e una proposta abbastanza completa e acuta sull'emergenza educativa in Italia. Il testo esamina gli spazi educativi in cui la crisi è maggiormente evidente (la famiglia, la scuola, la comunità cristiana, il mondo del lavoro e del consumo, i mezzi di comunicazione, l'industria dello spettacolo, lo sport). Per quanto riguarda il tema che qui ci interessa, rimando in particolare ai capitoli 8, 9 e 10: Mass media, Spettacolo e Sport.

2 Per un'analisi più dettagliata e argomentata circa *l'attività testuale*, la tipologia di *testi* e la loro natura presenti sui mezzi di comunicazione rimando a Norberto González Gaitano. "Comunicación e información. Clarificaciones conceptuales", in Gabriel Galdón López (a cura di). *Introducción a la información y a la comunicación*, Ariel, Barcelona, 2001, cap. 1, pp. 15-25.

contenuti informativi. Tra le altre ragioni poiché si tratta di un tema assolutamente trasversale, presente ovvero in tutti gli ambiti relativi al giornalismo e, di conseguenza, in tutte le sezioni di una testata, rivista, notiziario radiofonico o televisivo. Ciò ne rende molto complessa un'analisi complessiva, laddove generalmente si preferisce, al contrario, la disamina di aspetti più specifici. Ad esempio, la violenza domestica³ – argomento senza dubbio piuttosto attuale – le questioni di genere,⁴ la copertura giornalistica del movimento femminista⁵ o, in casi più eccezionali, il lavoro domestico.⁶ Personalmente conosco solamente due studi che riguardano il tema della famiglia nel suo insieme e che si occupano della famiglia in quanto tale. Il primo riguarda la rappresentazione della famiglia sulla stampa tedesca⁷ ed ha un taglio sociologico e, pertanto, quantitativo;⁸ il secondo, invece, è sull'immagine della famiglia sulla stampa cilena ed è uno studio più di tipo qualitativo. Di seguito riassumerò i risultati di queste due ricerche.

1. Le famiglie numerose non godono di una buona reputazione nella stampa tedesca

«L'ultimo tra gli interessi della politica», così il team di dieci ricercatrici, guidato dalla professoressa di giornalismo Marlis Prinzing (*Macromedia Hochschule fuer Medien und Kommunikation*), ha titolato la relazione finale della ricerca che rassegna la stampa sulle famiglie numerose e sulle altre famiglie in Germania. Ricerca che Prinzing, direttrice del progetto, ed Elisabeth Mueller, presidentessa dell'associazione di famiglie numerose, hanno avviato assieme.⁹ In Germania, secondo le loro conclusioni, l'atteggiamento dei media, caratterizzato da una visione fortemente stereotipata dei ruoli familiari che emergono cronaca, relega la famiglia, e in particolare quella numerosa (con tre o più figli) a fanalino di coda del loro interesse.

-
- 3 In merito segnalo i seguenti testi. Kimberly A. Maxwell & John Huxford. *Covering Domestic Violence: How the O.J. Simpson Case Shaped Reporting of Domestic Violence in the News Media*, in "Journalism & Mass Communication Quarterly", Summer 2000, Vol. 77 Issue 2, pp. 258-274; Michelle Johnson. *Covering Domestic Violence*, in "Quill", Ott/Nov 2000, Vol. 88 Issue 9, pp. 40-42; Mia Consalvo. *3 Shot Dead in Courthouse': Examining News Coverage of Domestic Violence and Mail-order Brides*, in "Women's Studies in Communication", autunno 1998, Vol. 21, n. 2, pp. 188-212.
 - 4 María E. Len-Ríos; Shelly Rodgers; Esther Thorson; Yoon Doyle. *Representation of Women in News and Photos: Comparing Content to Perceptions*, in "Journal of Communication", Mar 2005, Vol. 55 Issue 1, pp. 152-169. In questo studio vengono confrontati i risultati dell'analisi di contenuti sull'egemonia culturale maschile – la maggior presenza di uomini e di ruoli maschili – in due giornali rispettivamente di piccola ed ampia tiratura con le percezioni dei membri dello staff dei giornali e con quelle dei loro lettori rispetto a tale egemonia. Tanto nelle notizie quanto nelle fotografie compaiono maggiormente uomini che donne, mentre il pubblico maschile percepisce di meno tale anomalia rispetto alle donne che lavorano nelle testate giornalistiche o rispetto alle lettrici. Julie Drew, *Identity Crisis: Gender, Public Discourse, and 9/11*, in "Women & Language", Fall 2004, Vol. 27, n. 2, pp. 71-78. Sulla stessa linea femminista dello studio precedente, in questo caso si analizza la simbologia maschilista del ricorso alla forza fisica e alla violenza nei discorsi presidenziali sull'11 Settembre e nei commenti riportati dai giornali e dai cittadini.
 - 5 Patricia Bradley. *Mass Media and the Shaping of American Feminism, 1963-1975*. University Press of Mississippi, Jackson 2003. Sulla portata informativa del movimento di liberazione della donna negli Stati Uniti si veda anche: X. A. Simpson; Herbert Kupferberg. *Covering the Women's Movement*. "Nieman Reports", Winter 99/Spring 2000, Vol. 53/54, n. 4/1, pp. 40-46.
 - 6 Maria Sahuquillo. "I lavori domestici nella stampa italiana", in Norberto González Gaitano (a cura di). *Famiglia e media. Il detto e il non detto*. Edusc, Roma, 2008, pp. 143-184,.
 - 7 *Delle famiglie numerose si parla poco nei media, secondo uno studio eseguito in Germania*. <http://www.familyandmedia.eu/es/argumentos/grupo-de-investigacion/312-delle-famiglie-numerose-si-parla-poco-nei-media-secondo-uno-studio-eseguito-in-germania.html>.
 - 8 Alfredo García Luarte. "La familia en la prensa chilena. Análisis de la representación de la familia en relación a las virtudes sociales en los diarios nacionales *El Mercurio* y *La Tercera*", in Norberto González Gaitano y José María La Porte (a cura di). *Famiglia e media. La comunicazione delle associazioni di famiglia*, Edusc, Roma 2011, pp. 139- 155.
 - 9 Il progetto è stato finanziato dal Ministero Federale per le Famiglie, gli Anziani, le Donne e la Gioventù. Nello studio vengono analizzati i contenuti di ventiquattro testate tedesche, tra quotidiani nazionali e regionali, settimanali, giornali domenicali, *news magazine* e riviste specifiche per famiglie. La ricerca è stata integrata attraverso interviste di esperti, di giornalisti e di rappresentanti di associazioni. www.kinderreichfamilien.de

Questi i risultati principali emersi dalla ricerca:

1) Di famiglie numerose i media parlano esclusivamente in relazione ai loro problemi: troppi oneri finanziari, conflitti di convivenza e alloggi precari. Di regola, salvo qualche eccezione sulla stampa popolare, sono rappresentate con cliché negativi, quali «le famiglie con molti figli sono fuori dalla norma» oppure «solo le persone con genitori immigrati hanno molti figli». L'immagine che ne risulta è che le famiglie numerose rappresentano una sorta di stravaganza, oppure vere e proprie categorie sociali emarginate;

2) Nel 41% degli articoli esaminati, viene offerta un'immagine negativa della famiglia tradizionale (ormai, invero, lontana dalla realtà sociale), intesa come quella in cui il padre lavora, la madre si occupa della casa e vi sono uno o due figli;

3) Il tema della famiglia e del numero dei figli è trattato in modo riduttivo, dando spazio soltanto ad opinioni basate su luoghi comuni e stereotipi, in sostegno delle quale si riportano talvolta i pareri dei cosiddetti esperti.

Due risultati sorprendono particolarmente: buona parte dei giornalisti tedeschi reputano, apparentemente, la famiglia numerosa un fenomeno privo di rilevanza pubblica, rappresentandolo al contrario come fondamentalmente privato e sottraendolo, pertanto, ad una valutazione in funzione del suo ruolo sociale. In poco meno del 60% degli articoli esaminati, infatti, l'esistenza di una prole numerosa non viene commentata né in senso positivo né negativo. Risulta, inoltre, che gli articoli sulle famiglie numerose siano prevalentemente scritti da donne, sebbene nelle redazioni vi sia un numero pressoché pari di rappresentanti di ambo i sessi. Peraltro, quando il tema riguarda le politiche sulla famiglia, gli autori sono equamente rappresentati tra le donne e gli uomini.

Le raccomandazioni finali formulate dalle autrici dello studio sono decisamente prevedibili. Innanzitutto invitano i lobbisti (in questo caso le *associazioni delle famiglie*) a sensibilizzare i responsabili dei media, affinché nei loro servizi confluiscono azioni, temi, notizie ed argomenti "per la famiglia". Ai giornalisti consigliano di evitare di trattare il tema della famiglia attraverso le lenti della propria concezione di vita, magari falsificando la realtà, e di riportare anche ciò che è contrario alle proprie tesi. Infine, ai ricercatori di comunicazione, suggeriscono di condurre ulteriori ricerche relative ai mezzi di comunicazione e alla famiglia.

2. In Occidente le periferie geografiche godono di maggiore salute?

In Cile, la periferia estrema dell'Occidente, le cose non vanno poi così male. Una ricerca qualitativa di Alfredo García Duarte dell'Università Cattolica della Concezione esamina la rappresentazione di luoghi comuni relativi alle virtù sociali o radici della sociabilità nei due giornali più diffusi del Paese, *El Mercurio* e *La Tercera*.¹⁰ Si tratta del primo studio che applica questa metodologia all'analisi delle notizie.

Valendosi di una metodologia induttiva/deduttiva, l'autore ha indagato i valori antropologici relativi alla famiglia e le relazioni che da essa si desumono, e stabilisce così il modo in cui i mezzi di comunicazione descrivono tale istituzione e la presentano ai lettori. Nelle sue parole, «in modo sia esplicito sia implicito, i testi giornalistici sono inquadrati all'interno di una specifica cornice argomentativa a partire dalla quale strutturano le informazioni, trasmettendo idee e concetti di diversa natura ai lettori, che in molti casi non sono neanche lontanamente coscienti di tale processo».¹¹

Senza entrare nel merito dei dettagli metodologici di questo lavoro, di seguito ne riporto le conclusioni più rilevanti:

Come previsto, di solito la famiglia diventa oggetto di notizia quando si parla di situazioni problematiche: delitti e conflitti inter familiari che hanno una certa risonanza pubblica. In altri

10 Insieme coprono il 41% dei lettori di giornali cileni.

11 Alfredo García Duarte, op. cit. p. 139.

termini, la famiglia giornalistica è una *famiglia da cronaca nera*. A prima vista questo primo risultato potrebbe sembrare piuttosto scoraggiante, visto che non si parla quasi mai delle famiglie normali. Quindi, se i giornali non affrontassero le condotte devianti, vorrebbe dire che tali condotte sarebbero divenute normali, abituali all'interno della società. Il giorno in cui assassinare i propri genitori diventasse un fatto normale, quello sarebbe un giorno decisamente triste, e i giornali non ne parlerebbero più. Pertanto, *in un testo ciò che viene detto è significativo alla stessa stregua di quanto non lo sia il non detto o il dato per scontato*. E non solo, oltre a sapere ciò che si dice è necessario sapere *come* si dice. Il male non diventa dannoso dal momento in cui se ne parla, ma quando se ne parla in modo banale, eccessivamente drammatico o, parimenti, quando viene ostentato e quindi quasi come consacrato.

Questa l'originalità del metodo di Luarte, che è lo stesso metodo sviluppato dal gruppo di ricerca *Familyandmedia*. Consente di vedere oltre l'esplicito, dell'apparente. Si osservano i luoghi comuni culturali e antropologici – i *presupposti* presenti nel discorso pubblico – e si propone una disamina dei luoghi comuni presenti esplicitamente nelle cornici (*frames*) argomentative delle notizie.

Così, nel caso dello studio in questione, si osserva che i temi e gli approcci più consueti nella rappresentazione della famiglia sulla stampa cilena sono i seguenti: «Abusi e maltrattamenti a minori», «Resistenza politico-sociale rispetto a controversi temi di ordine morale», «Riconoscimento e valorizzazione degli anziani», «Valorizzazione e importanza della famiglia», «Rifiuto delle unioni civili e omosessuali», «Promozione delle unioni omosessuali», «Maggiore partecipazione del padre alla crescita dei figli», «Gestione dello Stato nella risoluzione di problemi sociali», «Protezione e ausilio ai poveri», «Applicazione della giustizia nei confronti di chi è accusato di abusi».

Parallelamente, i luoghi comuni che giacciono tra le pieghe di questi *frames* sono rispettivamente: «I delitti devono essere puniti», «Le leggi e i politici devono rappresentare la volontà popolare», «La famiglia basata sul matrimonio comporta molteplici benefici», «La crescita dei figli deve essere una responsabilità condivisa tra padri e madri», «La madre deve prendersi cura del proprio figlio», «I figli devono essere grati e riconoscenti a propri genitori», «I minori devono essere rispettati e tutelati», «L'innamoramento è essenziale per la felicità de un matrimonio», «La scuola deve essere responsabile dell'istruzione che impartisce», «L'impegno matrimoniale comporta delle restrizioni per chi lo contrae».

Evito volutamente di esprimere un commento in merito ai risultati. Voglio sottolinearne solamente due: la fabbrica della società si fa con materiali che non ci è dato modificare anche se possiamo impiegarli nel modo sbagliato o fabbricarli in modo difettoso. Nella vita reale, i luoghi comuni antropologici e culturali risultano confondersi gli uni con gli altri, possiamo esclusivamente distinguerli in sede di analisi, sempre posto che siamo in possesso degli strumenti intellettuali per farlo e non indossiamo occhiali di legno. Come ben sappiamo, la natura per l'essere umano, per quanto *non possa ridursi alla cultura*, è, in un certo senso, *culturalizzata*.

Or dunque, dei materiali di costruzione della fabbrica sociale che ha come base la famiglia, nella sua ricerca Luarte ha riscontrato che:

«Il valore sociale maggiormente presente nei testi presi in esame è stata la *pietas*, seguita da vicino dalla *liberalitas-affabilitas*. La prima di esse, principalmente vincolata a fatti relativi al rapporto con i genitori, a quel tipo di venerazione e amore filiale che nutriamo nei confronti di chi ci ha dato la vita. D'altro canto, il secondo valore maggiormente rappresentato nei testi è rappresentato dall'amore umano, quel dono dato da parte di chi lo nutre».

In termini generali, possiamo concludere che nell'informazione giornalistica cilena predomina un messaggio che valorizza positivamente l'istituzione familiare e le relazioni che si generano all'interno di essa. Questa valorizzazione è data da quegli aspetti che rinforzano il concetto di famiglia, tra cui l'amore, il rispetto, l'ammirazione filiale.

In linea generale, il sistema di comunicazione cileno è portatore di una tradizione di radice cristiana orientata su temi di ordine morale e assiologico, aspetti che a medio termine potrebbero subire delle trasformazioni a seguito della comparsa di nuovi mezzi di comunicazione e della piega

che alcuni di essi stanno sperimentando nelle loro linee editoriali. È così che i risultati di questo studio risultano essere in linea con le caratteristiche editoriali dei mezzi di comunicazione presi in esame, anche laddove sorprende che la maggior parte delle ‘radici sociali’ positive siano presenti su *La Tercera*, giornale che si autodefinisce liberale in materia di morale».

Concludo questo paragrafo con un appunto. È probabile che, se lo studio sulla stampa tedesca avesse usato un metodo qualitativo, i risultati non sarebbero stati così negativi come quelli messi in luce dall'analisi quantitativa.

3. Gli anziani sulla stampa

Da decenni il progressivo invecchiamento della popolazione è al centro dell'indagine statistica dei più importanti istituti demografici internazionali. Si parla ormai di “tsunami grigio”, ossia della prospettiva che vedrà nell'arco di soli 50 anni un drastico aumento del numero degli anziani nei paesi occidentali, a fronte di un continuo – e ormai cronico – calo delle nascite. A titolo di esempio, le Nazioni Unite hanno calcolato che dal 2009 al 2050 il numero di anziani, superiori ai 60 anni di età, raddoppierà, passando da 810 milioni a 2 miliardi di persone. Eppure, a questa attenzione statistica sembra non faccia da contrappeso una reale *cultura dell'anzianità*. Questo risulta evidente, tra gli altri indicatori, dalla mancanza di studi sulla rappresentazione degli anziani sui mezzi di comunicazione.

Daniele Sebastianelli ha condotto quella che finora è la prima ricerca su questo argomento e, nello specifico, per quanto concerne la stampa italiana.¹² L'autore, mediante l'analisi accurata di tre giornali – il *Corriere della Sera*, *L'Avvenire* e *Il Messaggero* – ha messo in luce dei risultati molto significativi, in certi casi addirittura sorprendenti, che se da un lato hanno confermato le attese, dall'altro “costringono” ad un cambiamento di percezione sia dei media che della società.

Dall'analisi generale risulta che la *maggior parte delle notizie risulta essere connotata negativamente*, un 51% degli articoli contro un 42% e, nei testi che si riferiscono agli anziani come protagonisti, questa forbice tende ad aumentare vertiginosamente, con le notizie negative che raddoppiano quelle positive. Dei tre giornali presi in esame solo *L'Avvenire raccoglie più notizie positive che negative*, il che può essere spiegato, molto probabilmente, alla luce di una precisa scelta editoriale.

Un dato che non sorprende è il fatto che la maggioranza dei testi individuati si trovino nella *cronaca*, e che si riferiscano agli *anziani come vittime*, mentre è interessante notare che sono seguiti dagli *anziani ancora attivi*. Si può affermare che il primo dato confermi la negatività delle notizie, da cui emerge la fragilità degli anziani presi di mira ed esposti più degli altri ad episodi di violenza, mentre il secondo sembra ribaltarla, costituendo, nel suo piccolo, una sorta di contraltare. Vengono, inoltre enfatizzate le figure di *anziani eccezionali*, centenari, persone fuori dal comune, che sembrano mostrare proprio la loro apparente estraneità al mondo marchiato dalla fragilità comune. Da segnalare un elemento significativo: agli *anziani malati* sono dedicati solo cinque testi e agli *anziani dimenticati*, appena uno e, visto che si tratta di categorie tematiche di grande attualità, l'autore tende a considerarla come una carenza informativa.

La ricerca, per superare la semplicistica dicotomia tra notizie positive e negative, ha anche

12 Daniele Sebastianelli. *La figura dell'anziano nella stampa italiana*. Tesi di laurea. Facoltà di comunicazione istituzionale. Pontificia Università della Santa Croce. 2014. Tesi inedita. Un riassunto si può consultare su <http://www.familyandmedia.eu/es/argumentos/facultades/283-la-figura-dellanziano-nella-stampa-italiana.html>. La ricerca ha preso in esame i giornali durante un periodo di tre mesi, selezionando un campione rappresentativo di articoli a partire da un test di una settimana, precedentemente effettuato, che ha consentito di individuare le parole chiave per la selezione definitiva dei testi. Una volta scartati quelli non rilevanti – in cui l'anziano o l'anzianità non rappresentavano l'argomento centrale dell'articolo, o più semplicemente riguardavano la scomparsa di personaggi anziani famosi (in questo caso, difatti, il centro della notizia non era l'anziano o l'anzianità in sé, quanto la celebrità o la fama del personaggio, indipendentemente dal fattore età) – sono stati selezionati 121 articoli in totale e sono stati analizzati mediante una metodologia di tipo qualitativo.

analizzato l'immagine stessa dell'anziano all'interno degli articoli. Ed è qui che troviamo la prima sorpresa poiché, sebbene nei testi riferiti agli anziani come protagonisti, l'immagine negativa sia maggiore (il 28 % di testi negativi contro il 25% positivi), nell'analisi generale, risulta esserci *un sostanziale equilibrio tra testi con immagini positive e negative*, 47% ciascuno. Risultato reso possibile dal *frame* dato ad alcune notizie in se stesse negative, ma che pone l'anziano in una luce benevola. In entrambi i casi *l'immagine positiva più frequente* e maggioritaria, è quella di *anziano come risorsa*, seguita da *anziano come patrimonio della società*. Un fatto straordinario questo che mostra come, di fondo, ci sia un *humus* fertile su cui basare le ragioni di un impegno attivo dell'anziano nella società. Quando *l'immagine è negativa*, l'anziano risulta invece *debole e indifeso*, disperato, un problema sanitario o sociale.

Lo studio dei *frame* mostra una tendenza *negativa piuttosto che positiva* e inoltre i *frame* di maggiore frequenza – a parte il celebrativo, con il 19% dei testi, primo in assoluto – sono anch'essi negativi. Questo aspetto è forse quello che più influisce sulla generale sensazione negativa che avvolge il tema della terza età, perché, a parte la positività/negatività della notizia, quello che rimane nella mente del lettore è l'inquadramento di essa, il ricordo di qualcosa di negativo.

Un dato decisamente sorprendente emerso dall'analisi è che *gli anziani vengano trattati di gran lunga in maniera più positiva che negativa*. Questo, in effetti, è un dato notevole che mette in luce la bontà delle relazioni umane ed è quindi legato ai valori sociali. Nell'analisi generale infatti, risulta un 60% dei testi in cui gli anziani sono trattati in maniera positiva a fronte di un 36% in cui vengono rappresentati negativamente, e che vedono primeggiare *il rispetto sulla mancanza di rispetto*. D'altro canto, nei testi riferiti agli anziani protagonisti, l'anziano viene trattato in maniera positiva nel 53% dei casi contro il 3% di testi che esprimono tutti dei sentimenti di compassione.

La ricerca ha attestato la presenza di tutti i *valori sociali* e, in maniera più spiccata, della *pietas*, presente nel 47% delle notizie, anche se in un 25% dei casi risulta assente. Seguita dalla *gratitudine* (riconoscimento), anch'essa presente in un 28% degli articoli in forma piena e in un 16% in quella mancante. Anche in questo caso, tuttavia, risulta che, sommando le forme piene e quelle mancanti, la presenza di valore sia di gran lunga superiore alla loro presenza come vizio.

Infine, dal punto di vista culturale, lo studio ha rilevato che, sebbene emerga a tratti *una mentalità utilitarista* – riscontrabile in alcuni *luoghi comuni* culturali e dalla contraddizione di alcuni *topoi* naturali, soprattutto riferiti ai casi di eutanasia o di suicidio, nei casi di abbandono, o ancora negli insulti verso gli anziani – le condizioni per *un cambio culturale* siano più favorevoli e facili da realizzare di quanto si possa credere. Nascoste dietro notizie che, seppur negative, rappresentano una dura denuncia di situazioni gravi ed ingiuste. Un grido d'allarme per rilanciare l'anziano come membro attivo della società nella consapevolezza che l'invecchiamento della popolazione pone delle sfide e che questa maggiore presenza degli anziani nella società debba interrogarci sul futuro.

A mio parere e in assoluta continuità con quanto si è detto in precedenza rispetto al detto e al non detto nell'informazione e al loro significato, il risultato più preoccupante della ricerca è il clamoroso silenzio rispetto all'abbandono degli anziani. Il fatto che non se ne parli salvo quando non è per denunciare maltrattamenti negli ospizi in cui sono parcheggiati, indica senza dubbio che la pratica sociale di disfarsi di essi è assolutamente comune in Occidente e non costituisce più un elemento di cattiva coscienza sociale. Forse è proprio per questo che Papa Francesco durante una recente udienza generale ha levato un duro appello alla responsabilità dei figli, definendo il non fare visita ai propri genitori per prolungati periodi di tempo un vero e proprio peccato mortale.¹³

4. Il padre assente nelle notizie, almeno a prima vista

13 Papa Francesco: «È brutto vedere scartati gli anziani, davvero brutto, è un peccato. Non si dice apertamente, ma si fa. C'è qualcosa di codardo in questo *abituarsi alla cultura dello scarto*, ma ci stiamo abituando a scartare le persone. Vogliamo cancellare la nostra già ipertrofica paura della debolezza e della vulnerabilità; ma così facendo faremo crescere negli anziani l'angoscia di essere mal sopportati e abbandonati». Udienza generale, 4 marzo 2015.

Secondo i dati statistici forniti, prima del Natale 2010, dalla clinica ginecologica Mangiagalli di Milano, una puerpera su cinque sceglie di non dichiarare il nome del padre. Il numero si è triplicato in tre anni: da 474 casi nel 2008 a 1.298 nel 2010. Per commentare il fenomeno di «un vero e proprio boom di madri *single*», il giornale *La Repubblica* ha pubblicato una breve intervista a una scrittrice e docente di diritto romano e diritto greco all'università di Milano.¹⁴

Il tema dell'intervista si è incentrato sulle brevi e incisive parole del titolo, che ritornano nelle prime frasi del testo: «È la vittoria dell'indipendenza femminile». La madre senza il padre al fianco viene presentata come un fatto «positivo», un segno della «vittoria» e un simbolo dell'«indipendenza femminile». Assecondando questo punto di vista, le madri *single* non sono più etichettate come vittime di uomini spaventati dal carico della responsabilità genitoriale, ma come le conquistatrici dell'indipendenza nella battaglia contro il maschilismo. Al contempo, il padre resta ridotto a mero «strumento per il conseguimento della maternità». La presenza maschile nella famiglia risulta così innecessaria. Il padre è «superfluo». La sua assenza non è un problema o un danno. Per argomentare e giustificare la sua posizione, Eva Cantarella afferma che «a volte, in certe famiglie, i padri ci sono ma solo sulla carta. Di fatto, non esistono».

Il contenuto dell'articolo è fortemente ancorato ad un luogo comune culturale (*tòpos*), di matrice femminista, che si identifica con il valore sociale che si oppone all'ingiustizia, vale a dire la rivendicazione (*vindicatio*). In questo caso le donne si prenderebbero la loro rivincita sulla tradizionale dominanza maschile. Le donne si considerano vittime, e dunque devono lottare per i propri diritti, primo tra tutti l'indipendenza dall'universo maschile. Questa lotta si traduce «automaticamente» in una lotta contro la figura paterna e, di conseguenza, l'assenza del padre è considerata una conquista sociale. Un controvalore diviene quindi un valore.

Il caso riportato da Piotr Studnicki nell'illustrare la sua ricerca su *L'immagine del padre di famiglia sulla stampa italiana*, è in questo senso abbastanza emblematico. L'autore ha analizzato il modo in cui due dei principali quotidiani italiani, il *Corriere della Sera* e *La Repubblica*, affrontano il tema della paternità.¹⁵

Lo studio, già nella sua parte descrittiva, rivela alcuni dati significativi. Il tema del padre di famiglia è onnipresente in modo permanente sulle pagine dei due quotidiani citati. Durante il periodo nel quale è stata condotta l'analisi, solo in tre uscite quotidiane non è stato rinvenuto materiale sul tema, quanto al resto la figura paterna compare, in media, in più di 2,5 testi al giorno. È interessante notare, inoltre, come questo argomento emerga in rubriche differenti: dagli «Esteri» agli «Interni», da «Economia» a «Lettere», da «Cultura» a «Sport». Questo dato è particolarmente indicativo e rivela che la paternità è un tema «naturale», legato in modo fisiologico e inscindibile all'essere umano, riguarda la sua vita e la sua storia.

Un altro risultato interessante è che il padre di famiglia, in quasi la metà degli articoli analizzati, figura come il protagonista della notizia, che la maggior parte delle volte è una notizia drammatica. Ciononostante, non sempre se ne dà un'immagine negativa; al contrario, di solito la figura paterna assume sfumature commoventi, quasi melodrammatiche.

Del tutto negativa è, in ogni caso, la caratterizzazione della paternità operata da numerose e varie opere artistiche commentate sulle pagine di entrambi i quotidiani. Se da una parte la quantità dei testi analizzati nelle rubriche culturali (relative al 20% del materiale complessivo) è indice

14 Eva Cantarella. *E' la vittoria dell'indipendenza al femminile*, su «La Repubblica», 22.12.2010, p. 25.

15 Piotr Studnicki. *L'immagine del padre di famiglia nella stampa italiana*. Tesi di laurea. Facoltà di comunicazione istituzionale. Pontificia Università della Santa Croce. 2012. Tesi inedita. Ne è disponibile un riassunto su www.familyandmedia.eu/es/argumentos/grupo-de-investigacion/191-limmagine-del-padre-nella-stampa-italiana.html. Gli articoli selezionati e analizzati sono 153 (72 del *Corriere della Sera* e 81 de *La Repubblica*). In una prima tappa dello studio sono stati presi in analisi i due giornali italiani più letti nell'arco del mese di dicembre del 2010, e sono stati selezionati gli articoli pubblicati in cui la figura del padre di famiglia veniva presentata in modo esplicito (normalmente con i termini «padre», «papà», «progenitore»). In una seconda fase, i testi selezionati sono stati analizzati mediante il metodo proposto dal gruppo di ricerca di *Family&Media* (vedi sopra). L'autore sta attualmente completando la ricerca con i giornali *The New York Times*, *Gazeta Wyborcza* e *Rzeczpospolita*, questi ultimi due polacchi. In questo caso, l'insieme degli *items* raccolti è di 927, e finora i risultati confermano con scarse variazioni quelli riscontrati sui periodici italiani.

dell'importanza e dell'attualità dell'argomento "paternità" nell'ampio e variegato campo della cultura contemporanea (film, libri, opere teatrali e musicali), dall'altra la crisi attuale della paternità emerge in modo evidente dal tenore negativo continuamente attribuito al padre nelle diverse produzioni artistiche. L'arte potrebbe rivelarsi, in questo caso, come "specchio della realtà", oppure, più semplicemente, potrebbe affermarsi che scrittori e registi focalizzino la propria attenzione su temi particolarmente drammatici e conflittuali, per poter facilmente attirare il lettore o lo spettatore.

La ricerca dimostra che in entrambi i giornali, la figura del padre viene rappresentata in modo relativamente simile e senza sostanziali differenze per quanto riguarda le linee editoriali.

Certamente più interessanti e rilevanti sono i dati dell'analisi relativi al "non detto". L'informazione sul padre di famiglia è spesso connotata da un *frame* negativo. Mentre l'inquadramento negativo si trova nel 53% dei testi, il *frame* positivo nel 44% degli articoli e quello neutrale solo nel 3% dei casi, ad attestare che il padre è una persona verso la quale "per natura" non si può essere neutrali. Nel 51% dei casi analizzati il tema della paternità è presente come cornice principale del testo, nel restante 49% è presente nel *frame* secondario. Nel primo caso la figura paterna presenta più spesso connotazioni negative (60%), mentre, se analizzata nel *frame* secondario, è, nel 57% dei casi, di matrice positiva. Il dato è comprensibile, perché i *frame* secondari sono meno consoni alla negatività e alla conflittualità (elementi della notiziabilità) o all'ideologizzazione, quindi il protagonista ha spesso una connotazione positiva. Il ruolo del padre è esplicitamente sminuito o addirittura disprezzato, nel caso in cui la notizia riguarda due questioni contemporanee "calde": il femminismo e l'omosessualità.

Il tema della paternità, così come emerge dalla stampa quotidiana, è legato a tutte e nove le virtù antropologiche della socialità, anche se quantitativamente in modo differente. La più frequente radice sociale è la pietà, cioè l'inclinazione verso le relazioni fondamentali, cioè *fondanti*, per ogni essere umano: la relazione con Dio, con i genitori e con la patria, che si trova nel 45% dei testi analizzati (per la maggior parte sono notizie riguardanti il vissuto familiare). Si tratta di un'evidente affermazione del naturale legame paterno-filiale, con connotazioni positive, perché in circa due casi su tre, la pietà è presente nella sua forma più autentica, cioè come virtù. Al contrario, nel caso dell'affabilità, presente in un 15% dei testi, emerge un vero e proprio prevalere dei vizi sulle virtù: l'inclinazione a far dono di sé in tre casi su quattro è sottoposta ad un'ottica deformante. Nel 13% dei casi analizzati nei quali emerge la liberalità, cioè la tendenza a donare ciò che si possiede, alla quale di solito viene associata l'affabilità, prevale la forma autentica: in due casi su tre è presente come virtù. In questo modo l'analisi del "non detto" sul padre di famiglia nella stampa italiana rivela una dominante tendenza di matrice consumistica: è più facile dare ciò che si ha, piuttosto che dare ciò che si è. Qualcosa di simile accade per le altre virtù sociali, la cui analisi preferisco tralasciare, limitandomi ad offrirne solo i risultati generali. In totale la quantità delle radici sociali presenti come vizi (52%), prevale su quella delle virtù (48%), il che corrisponde con la proporzione di prevalenza del *frame* negativo su quello positivo.

Per riassumere la presentazione di questo studio possiamo concludere che esso comprova la "onnipresenza permanente e trasversale" della paternità, per quanto essa venga presentata nella maggior parte dei casi sulle pagine di cronaca e che quest'ultima è, nonostante la pressione culturale, più positiva che negativa.

5. Il Sinodo della famiglia sui mezzi di comunicazione

Occupandomi da anni della relazione tra l'opinione pubblica e la Chiesa Cattolica,¹⁶ oltre che per dovere di cronaca, non posso esimermi dal prendere in considerazione ciò che è avvenuto, sui mezzi di comunicazione internazionali e nei blog, durante il Sinodo di ottobre 2014 sulla famiglia.

Fortunatamente, abbiamo a disposizione due studi che, per quanto ancora embrionali, sono sufficientemente rappresentativi dato che – al di là delle impressioni e delle opinioni personali –

16 Norberto González Gaitano. *Public Opinion and the Catholic Church*. Edusc, Rome, 2010.

possono ben documentare un evento che è stato senza alcun dubbio molto *confuso* dal punto di vista della comunicazione. E questo indipendentemente da come la si pensi su tutte o alcune delle questioni dibattute nell'Aula del Sinodo. Ma, al contrario di ciò che pensano in molti, non mi azzardo neanche a dire che da tale confusione ne siano derivate esclusivamente conseguenze negative. Nel Vangelo e ancor di più negli Atti degli Apostoli ci sono molti esempi di situazioni analoghe.

Di seguito, riassumeremo ciò che la stampa internazionale ha detto prima e dopo il Sinodo, d'accordo con lo studio che Rodrigo Ayude¹⁷ ha condotto sui seguenti giornali: l'edizione internazionale de *The New York Times*, *The Wall Street Journal* (Stati Uniti), *El País* (España), *Clarín* (Argentina), *El Universal* (Messico), *Le Monde* (Francia) e il *Corriere della Sera* (Italia).

In linea con i dati raccolti e nelle parole dello stesso autore dello studio, «la seguente tabella consente di confrontare, in un batter d'occhio, la linea informativa seguita dai mezzi generalisti presi in esame, di cui si segnalano i due temi più rilevanti: la creazione delle aspettative e la reazione finale. Un'analisi dei titoli dei tre momenti informativamente più rilevanti del Sinodo consente di far emergere un'inclinazione informativa specifica, nonché la totale mancanza di interazione con la realtà sinodale».

Apertura Sinodo	<i>Relatio Post Disceptationem</i>	<i>Relatio Synodi</i>	
<i>Corriere della Sera</i>	I divorziati appartengono alla Chiesa	Tutela dei diritti degli omosessuali	Gli articoli della discordia
<i>International New York Times</i>	La franchezza del dialogo	Gay e divorziati	La fine del consenso
<i>The Wall Street Journal</i>	--	Divorziati e comunione	Rifiuto dei gay e dei divorziati
<i>El País</i>	Ascoltare con umiltà	I gay e le nuove famiglie	La maggioranza a favore dell'apertura a gay e divorziati
<i>El Universal</i>	Apertura del Sinodo	Un cambiamento di atteggiamento verso i gay	Alla fine si impongono i conservatori
<i>Le Monde</i>	Ripensare la famiglia	Un cambiamento nella famiglia	Manca un accordo su gay e divorziati
<i>Clarín</i>	Parlare chiaro de ascoltare con umiltà	Una tempesta per gay e divorziati	Manca il consenso su gay e divorziati

Come possiamo chiaramente vedere da questa tabella, i mezzi di comunicazione generalisti hanno *sequestrato informativamente* il Sinodo, proponendo un'agenda di discussione ridotta fondamentalmente a tre temi: il supposto accesso alla comunione per i divorziati che si sono sposati nuovamente per via civile, l'atteggiamento della Chiesa nei confronti delle persone omosessuali, con l'aggiunta dell'argomento relativo al forte richiamo del Santo Padre per un dialogo e una discussione aperta e schietta tra i padri sinodali. Solo che, proprio in quel momento, le aspettative dei mezzi di comunicazione sul possibile risultato sembrano non aver coinciso con i reali risultati, come si può evidenziare nella terza colonna della tavola. La mela della discordia è evidente: la *Relatio Post Disceptationem*, ovvero il discutibile e altrettanto discusso testo diffuso dalla Segreteria Generale del Sinodo a metà del processo sinodale.

Che una simile narrativa dei mezzi generalisti sia stata – e continui ad essere oggi – una narrativa basata sul conflitto non deve sorprenderci. Se alla tendenza strutturale del giornalismo alla drammatizzazione,¹⁸ comune a tutti i temi di cui si parla, si aggiunge che l'argomento era la dottrina

17 Rodrigo Ayude. *El Sínodo de la familia en la prensa. Análisis, logros y retos para el futuro*, in “Temas de Avui” (in fase di stampa). Ringrazio l'autore per il suo testo originale. Ha preso in esame un'informazione di primo livello (i titoli) di sette giornali di punta, ciascuno in lingua originale e che, oltre ad essere giornali di riferimento nell'informazione nazionale, hanno un'influenza tale da scavallare le frontiere tra un Paese e l'altro.

18 Sul conflitto come “motore” del giornalismo e sul ruolo del giornalismo nei conflitti, possono consultarsi, tra gli altri: Wendy N. Wyatt. “Blame Narratives and the News: An Ethical Analysis”, in *Journalism and Communication*

della Chiesa in merito alla sessualità (in realtà era in merito alla famiglia) immaginando inoltre la possibilità che possano esserci dei cambiamenti, aspettarsi qualcosa di diverso sarebbe stata una grandissima ingenuità. Come diceva Chesterton, la sessualità è come l'atrio di una casa: c'è chi preferisce rimanere lì, senza entrare dentro. Osservando l'ipersessualizzato mondo attuale, mezzi di comunicazione inclusi, sembrerebbe che ci troviamo tutti in quell'atrio. La Chiesa, con il Sinodo, ha voluto orientare il nostro sguardo verso l'interno, verso l'insieme della casa, a quel mondo ricchissimo che si schiude se vogliamo entrarvi, con tutte le sue sfide, i suoi problemi e la sua bellezza. Ci auspichiamo che nel secondo tempo della partita si riesca ad ottenere tale risultato.

Concentriamoci ora su quella che è stata l'informazione offerta dai mezzi d'ispirazione cattolica. Sempre secondo lo studio di Rodrigo Ayude, che ha selezionato le seguenti testate digitali in cui fuoco centrale è l'informazione religiosa e tenendo in conto la loro influenza, il numero di lettori, le citazioni su altri mezzi di comunicazione, nonché la varietà linguistica: *Aciprensa*, *National Catholic Register*, *Catholic News Agency*, *Kath.net*, *Crux*, *Vatican Insider* ed *Avvenire*.

Già ad un primo sguardo, la seguente tabella ci parla di un *altro* Sinodo, con più sfumature, maggiormente documentato e contestualizzato: «Presentano un'informazione più serena, con chiavi di lettura *ecclesiologiche*, che la allontanano dal Sinodo *virtuale* costruito da alcuni mezzi generalisti, anche se – come si vede anche dai titoli – accusano l'influenza di questi ultimi».¹⁹

Apertura Sinodo	<i>Relatio Post Disceptationem</i>	<i>Relatio Synodi</i>	
<i>Aciprensa</i>	Il matrimonio sacramentale è indissolubile	Chiarimenti: la dottrina non è stata cambiata	Il discorso del Papa nella conclusione
<i>National Catholic Reporter</i>	Il quadro della discussione	Risposte alla <i>Relatio post disceptationem</i>	Un documento finale in cui manca un consenso
<i>Catholic News Agency</i>	Perseguire il sogno di Dio più che testare il polso	La controversia richiede una spiegazione del Vaticano	Un documento con sfumature che riguardano l'omosessualità e le nuove famiglie
<i>Kath.net</i>	Unità e no alla guerra tra cardinali	Un documento poco utile alla predicazione	---
<i>Crux</i>	5 argomenti che inquadrano il Sinodo	Un rapporto a tradimento	Le crepe del Sinodo
<i>Vatican Insider</i>	Parlare chiaramente ed ascoltare con umiltà	La <i>relatio</i> è solamente un documento preliminare	Sinodo e aperturismo
<i>Avvenire</i>	Gli obiettivi del Sinodo	Misericordia e accoglienza nella verità	Linea di misericordia. Gay: rispetto ma senza confusione

A questo panorama ci sarebbe da aggiungere il ruolo giocato dai blog di specialisti nell'informazione sul Vaticano,²⁰ di gran lunga i più letti tra i colleghi del mondo giornalistico. Riporto di seguito i commenti dell'analisi di tali blog proposta da Cecilia Galatolo.²¹

Durante l'udienza generale di mercoledì 10 dicembre, Papa Francesco ha ricordato come si è svolta e che cosa ha prodotto l'Assemblea sinodale sulla famiglia tenutasi a Roma dal 5 al 19 ottobre. «I media – ha detto il papa – hanno fatto il loro lavoro – c'era molta attesa, molta attenzione – e li ringraziamo perché lo hanno fatto anche con abbondanza. Tante notizie, tante! Ma

Monographs, 14 (3), 2012. Israel Angeles Gil. *Peace Journalism Option (Periodismo de Paz). Una propuesta ética para la cobertura informativa en situaciones de violencia*. Tesi di laurea inedita. Pontificia Università della Santa Croce, Roma 2013. R. L. Keeble, J. Tulloch y F. Zollmann (ed.). *Peace Journalism, War and Conflict Resolution*, Peter Lang, New York, 2010. Norberto González Gaitano. "Giornalismo e conflitti", in *Il Regno*, anno XLIX, n. 950, 1 luglio 2004, pp. 449-456.

19 Rodrigo Ayude. *El Sínodo de la familia en la prensa*, op. cit., p. 9.

20 Tra cui è d'obbligo citare almeno questi due: www.cruxnow.com y www.chiesa.espresso.repubblica.it

21 Il Sinodo sulla famiglia, i blog, la comunione e la lettura Papa, disponibile su www.familyandmedia.eu/it/argomenti/associazioni/307-il-sinodo-sulla-famiglia-i-blogs-la-comunione-e-la-lettura-del-papa.html

spesso la visione dei media era un po' nello stile delle cronache sportive, o politiche: si parlava spesso di due squadre, pro e contro, conservatori e progressisti». Questo giudizio del Papa, avallato dai dati che si sono elencati in precedenza, vale anche per i blog che presi in esame e dove spesso si è parlato di «guerra preventiva in vista del Sinodo», parlando di pubblicazioni di libri da parte dei cardinali; vagheggiamenti sulla possibilità che al Sinodo fossero presenti degli “Anticristi”, con riferimenti espliciti ad alcuni dei cardinali presenti; conclusioni azzardate e disorientanti come: «Ormai l'ipotesi delle seconde nozze ha *piena cittadinanza* ai vertici della Chiesa»; e ancora: l'indebita attribuzione al Papa di un “pieno consenso” su alcune idee espresse e dibattute nel Sinodo (dibattute, per l'appunto, proprio perché di fronte ad esse il Papa non aveva ancora preso una posizione definitiva). Inoltre: immagini provocatorie; prese di posizione forti come: «Contro la *Relatio* anche San Paolo dice la sua», o «nei dieci circoli linguistici la *Relatio* va incontro a un *massacro*» e infine esternazioni che sarebbero state senz'altro più appropriate ad una partita di calcio come: «Sul prossimo sinodo sono *aperte le scommesse*».

Ad ogni modo, i documenti ufficiali usciti dal Sinodo, ha dichiarato con estrema chiarezza Papa Francesco all'udienza, sono stati solo tre: la Relazione finale, il *Messaggio finale* più breve e divulgativo e il Discorso finale del Papa.

Parlando dell'acceso dibattito sinodale, il pontefice ha affermato che «era stato chiesto ai Padri sinodali di parlare con franchezza e coraggio e di ascoltare con umiltà». Le discussioni, all'interno della Chiesa, secondo il Papa, non devono fare paura. «Gli Apostoli – ha proseguito infatti – si sgridavano fra loro poiché cercavano di comprendere quale fosse la volontà di Dio in merito al consenso o al divieto di far entrare i pagani in Chiesa. Come sempre, quando in un'assemblea sinodale si ricerca la volontà di Dio, ci sono diversi punti di vista e il fatto che si generi una discussione non è da considerarsi come un problema! Sempre che lo si faccia con umiltà e con animo di servizio verso l'assemblea dei fratelli».

Nonostante possano esserci stati dei problemi di comunicazione durante il Sinodo, sia all'interno dell'assemblea, tra i padri; sia dall'interno verso l'esterno (atteggiamenti, espressioni e dichiarazioni equivocate che hanno lasciato spazio a dubbie interpretazioni e hanno forse involontariamente spiazzato e confuso l'opinione pubblica), il dialogo e la collaborazione, la tendenza a far luce – e non ad imporsi – sono stati di gran lunga gli atteggiamenti predominanti.

«Tutti i Padri hanno potuto parlare, e tutti hanno ascoltato – ha detto a tal proposito il Papa all'udienza generale – Ed era edificante quell'atteggiamento di ascolto che avevano tutti. Un momento di grande libertà, in cui ciascuno ha esposto il proprio pensiero con *parresia* e con fiducia». Stando al Papa, non c'è stato «scontro tra fazioni, come in parlamento dove questo è lecito, ma un confronto tra i vescovi che è avvenuto dopo un lungo lavoro di preparazione e che ora proseguirà per il bene delle famiglie, della Chiesa e della società».

Come ricorda Galatolo nell'articolo citato e al quale mi sto rifacendo, «anche all'interno della Chiesa, che è fatta di uomini, ci possono essere persone che mettono al centro se stesse: che non accettano la logica del Signore ed agiscono secondo una logica puramente umana. La Chiesa, tuttavia, è consapevole di non essersi auto-fondata e di non essere stata guidata nella sua storia da uomini che – per valore, intelligenza o prepotenza – si sono imposti su altri. Sa che i suoi principi non mutano al mutare dei tempi o dei membri della gerarchia, perché la vita della Chiesa poggia sulla Roccia che è Cristo (Mt 7, 24-2) ed è lo Spirito Santo, come assicurato dallo stesso Gesù, che la conduce lungo i secoli “alla Verità tutta intera” (Gv 16,13)».²² A questo proposito è bene ribadire, con il Papa, che «nessun intervento ha messo in discussione le verità fondamentali del Sacramento del matrimonio, cioè: *l'indissolubilità, l'unità, la fedeltà e l'apertura alla vita* (cfr Conc. Ecum. Vat. II, *Gaudium et spes*, 48; *Codice di Diritto Canonico*, 1055-1056)».

I cattolici che prima, durante e dopo il Sinodo sono stati preoccupati per il futuro della Chiesa, dovrebbero ricordare che nessuno da solo ha il potere di cambiare o costruire la Chiesa «a proprio piacimento». Se tenessero sempre in mente che la Chiesa non è dei vescovi, di un opinionista o di un sacerdote e nemmeno di Papa Francesco, ma di Gesù Cristo, potrebbero

guardare al presente con maggiore serenità e inquadrare il dibattito attuale sulla famiglia come una “via” che permetterà al Signore, con i tempi dovuti, di far emergere ciò che Egli vuole per la famiglia.

La famiglia è infatti una realtà tanto preziosa quanto importante per l’edificazione di una società sempre più umana, e non può sfuggire dall’interesse di Dio e dal faro del Vangelo.

Dunque, risulta ironico pensare che è precisamente la mancanza di *comunione* la causa principale delle rotture familiari, nonché il fatto che proprio questa è stata *una* delle questioni pastorali che si sono discusse durante il Sinodo.

CONCLUSIONI

Questo articolo è incompleto dal momento in cui mancano due elementi fondamentali per fornire un quadro integrale, ovvero, l’immagine della famiglia nei programmi di *fiction* e d’intrattenimento e, in modo particolare, una rassegna, seppur breve, sulle “risorse” positive a disposizione, non solo per cambiare lo stato delle cose, ma addirittura per migliorarle.

In merito dirò solamente un paio di cose. La prima è che, oltre agli studi sulla rappresentazione della famiglia nelle telenovelas in Cile,²³ nelle serie statunitensi e britanniche,²⁴ nei programmi di *prime time* in Argentina²⁵ che seguono le linee metodologiche del Progetto *Famiglia e Mezzi di comunicazione* (e che qui abbiamo visto nel caso dell’informazione giornalistica e con gli adattamenti metodologici che ciascun tipo di testo richiede), il prof. Armando Fumagalli dell’Università Cattolica di Milano, in collaborazione con altri colleghi, è impegnato da anni in quest’ambito e sta producendo moltissimo non solamente in ambito accademico. Ha messo in piedi una scuola di sceneggiatori, sta formando una fucina di critici cinematografici che orientano l’opinione degli spettatori, collabora direttamente nella produzione di serie televisive di stampo educativo. Basta sfogliare il suo ultimo libro, *La creatività al potere. Da Hollywood alla Pixar, passando per l’Italia*, per capire quanto può essere fatto nel “settore dello *storytelling*”, oggi giorno uno dei più potenti da un punto di vista economico e che Fumagalli reputa la forma di *soft power* più incisiva al mondo. Nella presentazione del suo libro, l’autore afferma che l’utopia del ‘68, che dà il titolo al suo libro, “la creatività al potere”, è giunta a compimento; ovviamente in modo ben diverso da come avevano immaginato i creatori di quello slogan che lottavano contro un mondo grigio e dominato dalla burocrazia: «Esiste un’evidente continuità tra la creatività e il potere “duro”, che da sempre è presente nel mondo dell’intrattenimento. Ma oggi più che mai questo potere presta maggiore attenzione e punta con più interesse alla dinamica del *soft power*. Perciò è urgente comprendere in profondità l’operato delle aziende del settore creativo, per farci un’idea precisa rispetto al presente e al futuro di ciascun Paese e del mondo».²⁶

Sarebbe ingiusto non menzionare anche, seppur di passaggio, il lavoro accademico e di relazione con gli scrittori che svolge il gruppo di *Poetica e cristianesimo* della Facoltà di comunicazione della Santa Croce nell’ambito della creazione artistica e dello studio sulla confluenza tra l’umano e la fede.²⁷

Per quando riguarda gli strumenti a disposizione nell’ambito della famiglia, bisogna dire che

23 Sofia Wulf Le May e Norberto González Gaitano. “Propuesta metodológica para analizar las telenovelas. Los radicales de la sociedad en *Brujas*”, in Norberto González Gaitano, (ed). *Famiglia e media. Il detto e il non detto*. Edusc, Roma, 2008, pp. 77-142.

24 Corinne Mannella, “The Humanity within a Mockumentary: A Case Study on the Presence of Social Virtues in NBC’s Television Series ‘The Office’”, in Norberto González Gaitano (ed). *Familia y medios de comunicación. Relaciones familiares, sus representaciones en los medios y relaciones virtuales* (in fase di stampa).

25 María Teresa Téramo. “Las relaciones familiares en la televisión argentina en la franja de *prime time*”, in José María La Porte y Norberto González Gaitano (ed.). *La comunicazione delle associazioni di famiglia*, Edusc, Roma 2011, pp. 85-114.

26 Armando Fumagalli. *Creatività al potere. Da Hollywood alla Pixar passando per l’Italia*. Lindau, Torino, 2013.

27 L’ultimo Convegno biennale di Poetica e cristianesimo si è occupato precisamente della figura del padre nella serialità televisiva: Enrique Fuster (ed). *La figura del padre nella serialità televisiva*. Edusc, Roma, 2014.

la tecnologia digitale gioca a suo favore. Sebbene sia vero che su Internet c'è ancora una massiccia presenza dei contenuti pornografici,²⁸ è altresì vero che le famiglie e le associazioni cui esse fanno capo si sono organizzate e si stanno organizzando per difendere i loro diritti e quelli dei loro figli nella giungla del web. In appendice si offre una lista, tuttavia non del tutto esaustiva, dei siti web dedicati alle famiglie che seguiamo dall'osservatorio di *Familyandmedia*. La popolarità e la portata di ciascuno di essi è molto diversa, può variare dalle poche migliaia di iscritti alle centinaia di migliaia. Rappresenteranno, chissà, una goccia nell'oceano, ma costituiscono quello che Noelle-Neumann chiamava il *nocciolo duro che guida il cambiamento*; sono come gli eretici e i santi, come quelli che, non temendo l'isolamento, non vengono schiacciati dalla pressione dell'opinione pubblica, bensì la creano.²⁹

Ora sì, è giunto il momento di concludere, e voglio farlo con uno spot al progetto *Familyandmedia*, una molecola di ossigeno e due di idrogeno della goccia di cui sopra. La finalità del progetto è di studiare la rappresentazione della famiglia sui mezzi di comunicazione mediante l'analisi dell'informazione giornalistica e della *fiction* a partire dalle radici della socialità o virtù sociali, già discussi, tra le altre cose, da pensatori del calibro di Aristotele, Cicerone e Tommaso d'Aquino. Nel loro nome latino si chiamavano così: *pietas, observantia, honor, oboedientia, gratitudo, vindictio, veritas, affabilitas e liberalitas*.

La prospettiva di analisi per lo studio delle relazioni raffigurate nei testi (informativi o di *fiction*), come si è visto in alcune degli studi sopra riportati è quella di selezionare in essi i "luoghi comuni" o *topoi* culturali e antropologici relativi ai valori sociali.

Il progetto si propone una finalità operativa: vogliamo mettere in evidenza i risultati dell'analisi empirica al fine di promuovere una visione positiva dell'antropologia naturale della famiglia. L'intenzione non è quella di concentrarsi su iniziative specifiche, quanto quella di offrire un'ossatura che guidi a lungo termine l'azione comunicativa delle organizzazioni che si dedicano alla promozione della famiglia. L'esperienza dimostra che l'attività pubblica di tali organizzazioni, quando presente, è centrata di solito sulle "schermaglie" e sui tentativi di mobilitazione mossi da questioni rese calde dall'attualità. Si tratta solitamente di un'azione reattiva, come ad esempio a seguito di determinati disegni di legge, o rispetto ad alcuni programmi televisivi. È normale che sia così, per quanto l'operazione risulterebbe incompleta e poco efficace senza una "battaglia" al cuore della questione culturale. Il progetto, pertanto, si articola lungo questa seconda direttrice, di qui la necessità di fondare lo studio su basi antropologiche solide e di valore universale. Per dirlo con una felice espressione di Diego Contreras, urge una «riforestazione culturale».

Il concetto di famiglia che è alla base dello studio è la famiglia così come viene intesa dall'antropologia cristiana³⁰ e che trova conferma nella cosiddetta sociologia relazionale.³¹

Il gruppo e il progetto di ricerca sono nati a Roma nel febbraio del 2005 a seguito del primo *workshop* interdisciplinare sulla famiglia e i mezzi di comunicazione che si è tenuto presso la Pontificia Università della Santa Croce tra i docenti delle Facoltà di Comunicazione, Filosofia e Teologia della stessa Università e i docenti di comunicazione della Cattolica di Milano (Italia), dell'Università della Navarra e il CEU San Pablo di Madrid (Spagna), l'Austral (Argentina). Successivamente, il gruppo si è esteso ad altri membri delle Università di Lugano (Svizzera), il CEU San Pablo di Valencia, l'Università della Concepción del Cile, la Cattolica dell'Argentina, La

28 L'Associazione Meter, fondata dal sacerdote italiano Don Fortunato di Noto, e che monitora il fenomeno della pedofilia su Internet, ha denunciato alla Polizia che si occupa di questi crimini telematici e che ha un accordo di collaborazione siglato dall'Unione Europea, più di 115.000 siti web con contenuti pedo-pornografici nel periodo compreso tra il 1993 e il 2014. Si veda il Rapporto dell'anno 2014, in cui si può notare che l'Europa occupa il primo posto nel numero di domini pedo-pornografici, con un 37%, l'Africa è già seconda con un 25%, gli Stati Uniti terzi con un 23%, l'Asia a 12% e l'Oceania al 2% www.associazionemeter.org. Il 50% delle denunce alla Polizia Postale provengono da Meter. Pertanto, il totale di questi siti ignobili è da considerare almeno il doppio.

29 Elisabeth Noelle-Neumann, *The Spiral of Silence. Public Opinion-Our Social Skin*, The University of Chicago Press, 1984, 1993, p. 139 e ss.

30 In particolare rimando alla lettura di questo autore: Antonio Malo. *Io e gli altri. Dall'identità alla relazione*. Edusc, Roma 2010.

31 Pierpaolo Donati. *Manuale di sociologia della famiglia*. Laterza, Roma 1998.

Sabana della Colombia e la Panamericana del Messico (sede di Guadalajara). Speriamo vivamente che continui a crescere e a fortificarsi.

Al termine della mia relazione, posso confessare che l'ispirazione del progetto la dobbiamo a San Giovanni Paolo II, il papa della famiglia, che nel 1994 dedicò il tradizionale messaggio della Giornata sui mezzi di comunicazione sociale ai «mezzi di comunicazione all'interno della famiglia».³² Ci sembrò allora che, in quanto Facoltà di comunicazione, non potevamo rimanere sordi al suo appello. Gli siamo enormemente riconoscenti.

APPENDICE

Siti dedicati alla famiglia monitorati da Familyandmedia

32 Messaggio del Santo Padre Giovanni Paolo II per la XXVIII Giornata Mondiale sulle Comunicazioni Sociali.
http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011994_world-communications-day.html

In lingua italiana

www.comunicareinfamilgia.com
www.documentazione.info
www.guidagenitori.it
<http://cisf.famigliacristiana.it>
www.familyparty.it
<http://www.webcattolici.it/>
www.copercom.it/
www.anspi.it
www.agensir.it
www.davide.it
www.lasfidaeducativa.it
www.farfamiglia.it
www.aiart.org
www.moige.it
www.genitori.it
www.cogitoetvolo.it
www.nuoviorizzonti.org
www.famigliaok.it
www.puntofamiglia.net
www.afifamiglia.it
www.age.it/
www.agesc.it/
www.famiglienumerose.org
www.famiglieperaccoglienza.it
www.mpv.org/

In lingua spagnola

www.afavordelomejor.com
www.hacerfamilia.com
www.hacerfamilia.com.ar
<http://hacerfamilia.cl/>
www.concapa.org/
www.generacionesinteractivas.org/
www.lafamilia.info
www.arvonet
www.forumlibertas.com/
www.redpapaz.org/
www.familiasnumerosas.org
www.thefamilywatch.org
www.ocendi.com
www.hablemosencasa.com.uy
www.pantallasamigas.net
www.elconfidencial.com
www.redprovida.com
www.conoze.com
www.gestionandohijos.com
www.familiasnumerosasdeandalucia.org
www.actualidadyanalisis.blogspot.com
www.alia2.org
www.vidanueva.es
www.arguments.es

www.ncregister.com
www.catalunyacristiana.cat
www.accionfamilia.org
www.familiadigital.net
www.ateleus.com
www.atrcv.org
www.menoresenred.com
www.catholic-link.com
www.media-tics.com
www.encuentra.com
www.lafamiliainporta.com
www.catholicvoices.info/es
www.enfoquealafamilia.com
www.blogdelafamilia.com
www.icmedianet.org
www.forofamilia.org
www.sembrarfamilia.org
www.coincidir.es
www.comunicadorescatolicos.org.mx
www.mensaje.cl
www.valoresreligiosos.com.ar

In lingua inglese

www.infoval.org
www.mercatornet.com
www.americanvalues.org
www.frc.org
www.afa.net
www.imfcanada.org
http://catholic.net/
www.thrivingfamily.com
www.momsmagazine.com
www.irishcatholic.ie
www.uscatholic.org
www.americamagazine.org
www.catholicvote.org
www.osv.com
www.americancatholic.org
www.thecatholictelegraph.com
www.texasatholic.com
www.catholicphilly.com
www.eyeofthetiber.com
www.wimmerblog.com
www.lifenews.com
www.catholicvoices.org.uk
www.catholic-sf.org
www.catholicireland.net
www.catholicnewsagency.com
www.catholicherald.co.uk
www.firstthings.com
www.commonwealmagazine.org
www.thewandererpress.com

www.ewtn.com

www.csmonitor.com

www.catholicnews.com

www.catholicdigest.com

www.cruxnow.com

www.catholicmom.com