

Sintesi dell'intervento del Prof. Giovanni Maria Vian
Direttore dell'Osservatore Romano
Congresso della Stampa Cattolica – Martedì 5 ottobre 2010

Le aspettative relative alla stampa cattolica non sono diverse da quelle che si hanno nei confronti di tutta la stampa che non sia puramente commerciale.

Secondo un antico testo, i cristiani non sono diversi dagli altri uomini e in questo senso la stampa cattolica non è diversa da quella non commerciale.

Le aspettative fondamentali sono due: informazione e formazione, con la specificità di una visione cattolica, che dal punto di vista etimologico è universale, poiché ha una prospettiva ampia, mentre dal punto di vista storico, in quanto cattolica e cristiana segue la tradizione della Chiesa di Roma.

Una doppia identità che s'intreccia nei media, rivolti all'interno delle comunità cattoliche, *ad intra*, ma nello stesso tempo desiderosi di rivolgersi all'esterno, verso tutti, con uno spirito di amicizia. L'immagine è quella descritta da Paolo VI nell'Enciclica *Ecclesiam Suam*, i tre cerchi concentrici che rappresentano i cristiani, i non cristiani e i non credenti.

Questo doppio ambito, *ad intra* e *ad extra* va sostenuto da un linguaggio che non sia unicamente per iniziati, la stessa tradizione cristiana rifiuta, infatti, i linguaggi specializzati, poiché serve un linguaggio comprensibile non solo all'interno, soprattutto in un'epoca secolarizzata e per certi aspetti "scristianizzata".

Nessuna tradizione religiosa come quella cristiana è sensibile sin dagli inizi alla comunicazione, pensiamo alla predicazione apostolica o all'importanza della comunicazione della riforma protestante. La Santa Sede stessa è all'avanguardia in questo senso e il Novecento dimostra quanta attenzione essa abbia riservato ai media, al punto che Pio XI affida a Marconi il progetto della Radio Vaticana, che nella Seconda Guerra Mondiale avrà un ruolo fondamentale per l'informazione la ricerca dei prigionieri di guerra.

I media del Vaticano, Centro Televisivo Vaticano, Pontificio Consiglio delle Comunicazioni Sociali, Sala Stampa, Radio Vaticana, L'Osservatore Romano, sono dunque all'avanguardia. L'Osservatore Romano, nato 150 anni fa nel contesto polemico dell'Unità d'Italia, si presenta come giornale politico e religioso, ma politico inteso nel senso della *polis* greca, della comunità civile, con l'intento ad andare fuori, non limitandosi alla comunità cattolica. Oggi il giornale conta ben otto lingue e milioni di contatti anche in rete, per uno sguardo universale e un desiderio amichevole di confronto.

La sfida è difficile per una generale scarsa attenzione all'informazione e alla formazione, sia nel mondo sia all'interno del cattolicesimo, per le critiche esterne, legittime purché non fondate sulla falsità, ed interne, meno legittime, che negli ultimi tempi hanno creato nuovi stereotipi negativi della Santa Sede, considerata oscurantista e nemica della scienza, incapace di stare al passo dei media.

Vale la pena di impegnarsi in questo compito d'informazione, con attenzione al mondo, non solo alle piccole realtà interne, per contribuire alla crescita, nella politica e nella religione.

Noi cattolici non parliamo una lingua diversa, comprensibile solo tra noi; dobbiamo avere la coscienza umile di possedere qualcosa di prezioso da far trasparire perché i cristiani, pur non essendo diversi dagli altri uomini, sono l'anima nel mondo.