

1 ANNO III – GENNAIO / GIUGNO 2017

APULIA
THEOLOGICA
RIVISTA DELLA FACOLTÀ TEOLOGICA PUGLIESE

Laudato si':
per una teologia
dell'ambiente
a cura di F. Neri e F. Scaramuzzi

EDB

RUGGIERO DORONZO

Opinione pubblica, Chiesa e dignità della persona

Persona umana e riconoscimento sociale

«Non di solo pane vive l'uomo, ma di ogni parola che esce dalla bocca di Dio» (cf. Mt 4,4), afferma Gesù nel vangelo, invitando l'essere umano a porre il suo fondamento ontologico in Dio e non nelle realtà terrene. Tuttavia, nella pratica comune, il detto evangelico si realizza solo per metà perché, se da un lato è sempre vero che l'uomo non vive solo di pane, dall'altro lato spesso non è la parola di Dio a sostenere la sua esistenza, bensì la parola umana, nella misura in cui questa genera stima, apprezzamento, benevolenza, buona fama, reputazione. L'essere umano, in sostanza, è profondamente sociale e comunicativo, e la qualità della sua vita dipende, più che dal pane materiale, dai riconoscimenti che i suoi simili gli accordano.

Tutto ciò viene oggi amplificato dalla società iperconnessa nella quale il continuo uso dei social network manifesta l'incessante ricerca di visibilità, accompagnata da una crescente «ansia da retroazione (*feedback*)» nel tentativo di sfuggire alla mortificante sensazione di inesistenza generata dal sentirsi privati del riconoscimento dell'altro, per cui si anela la visibilità «come il pane». Non è facile essere visti in un mondo dove le immagini sono tutto quanto c'è di reale, per cui l'*homo technologicus* vive nella difficile condizione di doversi mostrare per esistere, cioè di ottenere la prova della sua esistenza solo nella visione e nel riconoscimento da parte di qualche altro uomo e questo gli produce anche rassicurazioni terapeutiche sul fatto di non essere solo: «Videor, ergo sum». In fondo, molte autoproduzioni in rete possono paragonarsi a una bottiglia con messaggio lanciata nel mare della rete, nella speranza che qualcuno la raccolga e mandi un segnale di avvistamento.

Se quanto appena detto è vero nella vita «privata» (ma, probabilmente, oggi questa dimensione è scomparsa), tanto più è vero nella vita «pubblica» delle persone che ricoprono incarichi istituzionali o sono impegnate nella politica. Il favore dell'opinione pubblica diviene così l'oggetto del desiderio di ogni uomo, la meta da conquistare per scalare

posizioni sociali, per ottenere e detenere il potere o per potersi sentire vivo. Infatti, essa può avere il potere di vita o di morte sociale, e talvolta anche fisica, creando consenso o sommergendo qualcuno di fango. Poiché l'opinione pubblica risulta in modo evidente in relazione con la dignità della persona, cercherò in questa sede di investigare tale legame e di considerare in che modo la Chiesa sia in relazione con l'uno e con l'altro elemento.

Che cos'è l'opinione pubblica?

Il primo passo da compiere nella comprensione del legame tra opinione pubblica e dignità della persona è quello della precisazione dei termini. Sui giornali o nelle discussioni popolari vengono utilizzate spesso espressioni come: «L'opinione pubblica è favorevole a quella iniziativa»; «Il governo vuole ingraziarsi l'opinione pubblica»; «L'opinione pubblica si è indignata». Tuttavia, se si prova a chiedere a coloro che usano tali espressioni di definire meglio cosa intendono per opinione pubblica, quasi sempre si può cogliere l'imbarazzo per la difficoltà a trovare una definizione, difficoltà superata poi con espressioni del tipo: «L'opinione pubblica è ciò che pensa la gente».

In realtà anche nell'ambito sociologico c'è una grande difficoltà a trovare un accordo sul significato e sulla definizione di questa espressione. Numerose sono state le formulazioni proposte, ma qui non è possibile darne conto dettagliatamente e, per condensare l'esposizione dell'argomento, raggruppo i vari approcci concettuali in quattro macro-aree: prodotto collettivo; aggregato di opinioni individuali; radicale scetticismo; processo o *doxasfera*.

Da un lato si schierano coloro che ritengono l'opinione pubblica un *prodotto collettivo* risultante dalla discussione pubblica che non può essere ridotto ai singoli individui. Si tratterebbe, cioè, di un orientamento collettivo che diviene dominante, frutto dell'insieme dei giudizi e delle argomentazioni, inerenti ai fatti o alle persone, che circolano nella società attraverso i meccanismi comunicativi.

Dall'altro lato, si posizionano quelli che la riducono alla semplice *aggregazione di punti di vista e opinioni individuali*. Non ritenendo possibile che l'intera società esprima all'unisono un orientamento condiviso, allora occorre individuare le opinioni, o le opzioni, più diffuse tra la gente attraverso le indagini sociali e i sondaggi in modo da segnalarne la forza e la debolezza, la rilevanza o l'irrilevanza.

Non è mancato però chi ha mostrato un *radicale scetticismo* sulla possibilità di definire l'opinione pubblica perché essa sarebbe una simulazione, e che il vero ruolo di produzione e di diffusione degli orien-

tamenti e delle opinioni sia proprio dei media di comunicazione o di «autocomunicazione» di massa. Si dovrebbe allora concludere che l'opinione pubblica non esiste e che essa è una «reificazione» di coloro che la credono reale o la vorrebbero tale, una sorta di indefinito contropotere invocato da coloro che vogliono ottenere il potere e temuto invece da chi ne riconosce la superficialità e l'influenzabilità.

A opporsi a questo radicale scetticismo ci sono coloro che non guardano al risultato, bensì analizzano il processo di formazione e provano a descrivere in modo accurato il meccanismo di costruzione dell'opinione pubblica. Tale prospettiva non guarda principalmente alla manifestazione esterna dell'opinione pubblica, quanto alla relazione tra i soggetti che in un preciso momento storico determinano la genesi, la manifestazione e l'efficacia del flusso d'opinione all'interno di una società. L'opinione pubblica non può essere considerata né come un soggetto né come un oggetto, bensì come un processo, e più che rappresentare un risultato finale, *sussiste nel processo* stesso. Ciò che più conta è il processo discorsivo, di comunicazione e di azione, che vede interagire gli attori individuali e collettivi, poiché nel processo tutti sono protagonisti, anche se talvolta non hanno un ruolo spiccatamente attivo.

Personalmente ritengo quest'ultima linea più utile e foriera di significatività rispetto alle altre. Per comprenderla meglio occorre adesso fare due passaggi importanti: individuare gli elementi che compongono il fenomeno e poi tratteggiare dei possibili modelli d'interazione.

Quali soggetti operano per formare l'opinione pubblica?

Il modo di concepire l'opinione pubblica è il riflesso del particolare modo d'intendere la società. Spesso la ricerca sociologica ha oscillato tra le posizioni estreme di chi ha condensato la collettività in un *unum* o chi l'ha frantumata in una molteplicità di individui. Sarebbe però più giusto riconoscere l'esistenza di raggruppamenti collettivi di persone quali cellule della società. Questa, infatti, non è né un monolito né una distesa di granelli di sabbia, ma è composta da stratificazioni intermedie che manifestano un continuo processo di aggregazione e disgregazione.

La società civile è molto articolata e si struttura come un reticolo di «gruppi di interesse» formati da famiglie, gruppi amicali, associazioni per scopi particolari e altre formazioni sociali nelle quali gli individui si aggregano dando vita a una pluralità di pubblici o alle così dette «moltitudini». Questi termini sono preferibili a quelli più comuni di popolo e massa che non esprimono efficacemente l'idea che gli agglomerati

sociali, pur essendo collegati da un fitto reticolo di relazioni, mantengono la loro specificità.

Poi, all'interno di ciascun gruppo d'interesse ci sono dei *leader di opinione* che rappresentano le «autorità cognitive» ai quali viene chiesto il parere sugli avvenimenti, le notizie e la loro interpretazione.

Ogni società si struttura secondo determinate forme di governo e designa i preposti alla funzione legislativa e a quella giudiziale e, attraverso la negoziazione, la discussione e le influenze reciproche dei suoi membri, ogni compagine sociale stabilisce le regole di accesso ai beni comuni, l'ampiezza dei diritti e delle libertà individuali e le norme per la gestione dei conflitti.

Per la conquista del potere di dettare le regole, di governare o di influenzare le scelte di governo, porzioni delle moltitudini si costituiscono in gruppi di pressione e mettono in campo strategie politiche e comunicative per il raggiungimento dei propri scopi.

L'universo mediatico, popolato dalle galassie e dalle costellazioni dei media stampati, elettrici e digitali rappresenta l'architettura immateriale che connette gli individui in comunità temporanee basate sull'agenda degli eventi. Infatti, i media svolgono l'importante funzione di selezione degli eventi e di riduzione della complessità nell'interpretazione degli stessi per permettere agli altri attori un'agevole discussione, e fissano gli argomenti su cui si può discutere e quelli sui quali è meglio tacere (abilità denominata *agenda setting*). Questo servizio mostra, però, il limite del punto di vista attraverso il quale ogni fatto viene narrato e che spesso è conforme alle élite dominanti che possiedono l'industria culturale. L'avvento del digitale sembrava poter liberare la sfera pubblica dal dominio dei grandi network, invece oggi ci si accorge che il surplus informativo, generato dal flusso continuo di notizie, in gran parte autoprodotte dagli stessi utenti, ha l'effetto paradossale di impedire una corretta informazione del cittadino e di generare nelle moltitudini suggestioni effimere, invece che solide opinioni.

Come si forma l'opinione pubblica?

Dopo aver abbandonato la strada della comprensione dell'opinione pubblica a partire dalla sua manifestazione e aver fatto il primo passo sulla via dell'analisi del processo che la genera, individuando gli attori presenti sulla scena pubblica, occorre fare un passo ulteriore. Bisogna ora comprendere il tipo di relazione esistente tra i soggetti descritti, perché proprio da tale relazione viene generata l'opinione pubblica.

Nel passato l'approccio alla questione dei meccanismi di produzione dell'opinione pubblica era stato di tipo dualista. Da una parte si schieravano coloro che sostenevano la formazione dal basso, populi-

sta, di un'opinione pubblica auto-diretta dai cittadini. Dall'altra si attestavano coloro che avevano un approccio elitista e sostenevano l'etero-direzione e la formazione dall'alto.

Il primo approccio, quello dal basso, crede fermamente nel coinvolgimento attivo dei cittadini nel determinare il clima d'opinione, il quale può generare tanto effetti sociali, ponendo in essere una pressione e un controllo informale sugli individui capace di vincolare il loro comportamento, quanto effetti politici nel determinare le scelte di governo.

Il modello teorico che spiega un tale processo di formazione dell'opinione pubblica auto-diretta è quello chiamato del «ribollimento» o del *bubble-up*. Secondo questo modello, il processo è ascendente, dal basso verso l'alto: nel pubblico, o in vasti settori o strati di esso, si formano continuamente dei «ribollimenti» o movimenti d'opinione che «risalgono» attraverso gli strati sociali fino a influenzare le decisioni dei governanti, esercitando così la sovranità popolare. Un ruolo importante lo giocano i leader locali di opinione che organizzano e strutturano il dibattito pubblico intorno a *issues* emergenti e molto sentite dalla gente.

► RIBOLLIMENTO: POPOLAZIONE → OPINION LEADERS → CLASSI DIRIGENTI

A questa visione dei meccanismi di formazione dell'opinione pubblica si contrapponeva quella di coloro che hanno un approccio elitista e sostengono l'etero-direzione e la formazione dall'alto. Secondo costoro, la popolazione ha un ruolo passivo, perché i cittadini non sono capaci o non sono interessati a sviluppare competenze e orientamenti adatti a influire sui decisori politici. Soprattutto la società contemporanea si caratterizza per una progressiva disaffezione nei confronti della politica e per un atteggiamento del pubblico piuttosto emotivo e stereotipato, frutto della disinformazione e dello scarso impegno nella discussione razionale.

Scaturisce, così, un modello per comprendere il meccanismo di formazione dell'opinione pubblica «a cascata», dove il flusso delle opinioni si dirige prevalentemente dai livelli più alti di *status* e di potere ai livelli più bassi, perché grazie all'informazione e ai suoi strumenti, le élite e i potentati economico-politici manipolano e dirigono l'opinione pubblica. Tuttavia, si ritengono necessarie anche le retroazioni di risalita, ovvero i *feedback*, che permettono al sistema di essere informato sui risultati di ciò che ha appena fatto e di usare queste informazioni per modificare le azioni successive.

► CASCATA: CLASSI DIRIGENTI → MEZZI D'INFORMAZIONE → POPOLAZIONE

Presi singolarmente, i due modelli verticali, ascendente o discendente, non danno sufficienti garanzie di universalità perché non sembrano in grado di spiegare e descrivere la dinamica che produce tutte le manifestazioni dell'opinione pubblica o, almeno, la maggior parte di esse. Si è fatto così strada un approccio di tipo orizzontale, che racchiude su una superficie piana tutti gli attori della sfera sociale, ne osserva le interazioni e ne descrive le dinamiche che generano l'opinione pubblica.

In questo filone di pensiero si inserisce anche Stefano Cristante che propone un modello sintetico, ma molto efficace, e descrive l'opinione pubblica come un sistema, o campo relazionale tra soggetti in diverse posizioni, nel quale si dispiegano forze e tensioni, ovvero un luogo virtuale dove gli attori, attraverso l'interazione socio-comunicativa, stabiliscono legami e intraprendono e gestiscono conflitti. A tale campo agonistico, spazio deputato all'emergere di *issues* di rilevanza generale che originano azioni sociali, Cristante dà il nome di *doxasfera* o sfera dell'opinione.

Com'è composta la *doxasfera* o sfera sociale dell'opinione?

Nella *doxasfera* si muovono gli attori sociali che concorrono a costruire l'opinione pubblica: moltitudini differenziate, gruppi di pressione, media di massa e new media, decisori politici o di altre istituzioni. Si tratta di schieramenti collettivi che rappresentano forze dialoganti o dibattenti, talvolta convergenti, ma più spesso concorrenti, all'interno di un pubblico differenziato. La composizione di tali gruppi può variare perché, nella dinamica democratica, da ciascuno di essi alcuni membri, soprattutto i leader, possono accedere a un altro gruppo degli attori collettivi.

Tra le «autorità» in azione nella *doxasfera*, i decisori politici e istituzionali hanno il compito di prendere decisioni valide e legittime per una determinata collettività, ma non sono arbitri imparziali perché anch'essi hanno un orientamento particolare e hanno ottenuto il potere in seguito a competizioni elettorali o sono emersi vincitori dal conflitto tra le forze economiche o tra quelle sociali. Questi sono molto interessati a conoscere e influenzare l'opinione pubblica, perché da essa spesso deriva il prolungamento del loro potere nel tempo. Dalle loro decisioni scaturiscono reazioni all'interno della società: consenso o dissenso, conflitti o coesione sociale, nuove abitudini o nuovi movimenti d'opinione.

Ai decisori si rivolgono i gruppi di pressione per negoziare i propri interessi ed estendere la propria sfera d'influenza. Queste «minoranze attive» individuano le tematiche sulle quali convogliare la discussione pubblica attraverso azioni dimostrative e campagne di sensibilizzazione e d'informazione. Nell'attuale composizione sociale, si possono includere tra questi soggetti particolarmente attivi: i sindacati, i partiti politici, le associazioni di categoria e i corpi professionali, i circoli socio-culturali, le lobby, le Chiese e i gruppi religiosi.

I media si occupano di sintetizzare e di narrare le azioni sociali che, passando l'esame della notiziabilità, sono state giudicate rilevanti e attingono le notizie dalla comunicazione istituzionale dei decisori politici, dalle campagne informative dei gruppi di pressione e da quanto avviene nelle moltitudini.

Ognuno di questi attori della scena pubblica cerca l'appoggio degli altri, tentando di estendere il più possibile la propria sfera d'influenza sociale. Ma è per la diversità delle richieste e delle aspettative, per la pluralità di interessi di cui ognuno è portatore, che si dispiega il conflitto e si scatenano le forze nella lotta per il predominio sociale e l'allargamento del proprio ambito discrezionale.



Chiesa sono inseriti nelle moltitudini dei cittadini e ciascuno partecipa a una rete di relazioni che lo collega agli altri, credenti o non credenti. L'intensità dell'adesione ai valori cristiani e la qualità della partecipazione ecclesiale da parte dei fedeli determinano il loro grado di impegno nella diffusione e negoziazione, all'interno della società, delle istanze promosse dalla Chiesa.

All'agone sociale la Chiesa partecipa anche con strumenti d'informazione propri (radio, tv, giornali) oltre al non trascurabile peso che hanno la predicazione e la comunicazione liturgica; è compito, invece, degli uffici di comunicazione istituzionale far sì che altri media si occupino delle *issues* che la Chiesa promuove e riportino le istanze e le azioni messe in campo dalla compagine ecclesiale.

Ogni gruppo portatore d'interessi cerca di fare pressione sui decisori politici perché vengano adottate delle norme conformi ai valori professati dal gruppo stesso. La pressione può avvenire in vari modi: richiamando i decisori al rispetto dei valori che loro dicono di professare; attuando strategie comunicative per allargare il consenso su tali valori; sostenendo o negando il sostegno in occasione delle elezioni.

L'attività della Chiesa per affermare i suoi valori viene contrastata dai portatori di interessi contrari, i quali operano ugualmente come gruppi di pressione attraverso un'azione capillare tra le moltitudini, nel mondo mediatico e in quello istituzionale. È proprio ora che si genera l'incontro e lo scontro tra le forze in campo e prevale il portatore di interessi che ha saputo organizzare la comunicazione più efficace per catalizzare il più ampio consenso.

Nella dinamica dialettica e agonistica della *doxasfera* si forma, dunque, l'opinione pubblica sui temi etici, economici e sociali, riguardo ai quali la Chiesa è portatrice di una visione sua propria che viene condivisa nella misura in cui la comunicazione ecclesiale risulta coordinata, coinvolgente, incisiva e convincente.

Ermeneutica del dibattito pubblico

Mi è capitato spesso di sentire valutazioni sull'opinione pubblica che non tengono conto dello scontro tra i vari portatori di interessi, né dell'influenza che i decisori politici ricevono e producono sulle moltitudini dei cittadini, né del ruolo dei media nel diffondere o creare stati dell'opinione. Se, invece, si leggessero le *issues* che caratterizzano il dibattito pubblico in un determinato momento storico alla luce dello schema della *doxasfera*, allora si potrebbe comprendere perché l'opinione pubblica si sia orientata in un certo senso, cosa potrebbe generare un cambiamento di tale orientamento e quali sono gli scenari che si possono aprire a seconda delle strategie comunicative e d'azione

poste in essere dall'uno o dagli altri soggetti coinvolti nella sfera pubblica.

Se prendiamo ad esempio il tema delle unioni civili, che ha suscitato un lungo e intenso dibattito pubblico (in Italia, recentemente, ma anche in molti altri Paesi del mondo), possiamo comprendere che l'opinione pubblica non si è formata all'improvviso, ma è risultata dall'azione e dallo scontro di visioni e interessi sociali, economici e politici contrapposti nel campo della *doxasfera*.

Di ritorno dalla GMG di Rio de Janeiro, papa Francesco rispose a una domanda postagli da un giornalista con questa celebre frase:

Se una persona è gay e cerca il Signore e ha buona volontà, chi sono io per giudicarla? Il *Catechismo della Chiesa cattolica* dice che queste persone non devono essere discriminate, ma accolte. Il problema non è avere queste tendenze (sono fratelli!), il problema è fare lobby: di questa tendenza o d'affari, lobby dei politici, lobby dei massoni, tante lobby. Questo è il problema più grave.

Ho provato a chiedere ad alcune persone se ricordassero quel discorso del papa. Ho notato che quasi tutti ricordavano solo la prima parte: «Chi sono io per giudicare i gay?». La ragione forse è da ricercare nel fatto che molti giornali hanno titolato proprio con quella parte del discorso e pochi mezzi di comunicazione hanno preso lo spunto per indagare e spiegare lo stato delle forze che si contendevano il predominio nella *doxasfera*. Per questo motivo, oppure per una disabitudine generale a tenere conto dell'operato dei gruppi di pressione, il richiamo del papa non è riuscito a catalizzare l'attenzione dei dibattiti mediatici o interpersonali. Non è questa la sede per ripercorrere la vicenda, soltanto voglio far notare che papa Francesco citando le lobby ha aperto il sipario sulle dinamiche profonde che generano l'opinione pubblica, ma molti hanno continuato a giudicare solo sulla base di principi morali o di pregiudizi, e non hanno saputo cogliere la valenza sociale e politica del tema.

La *doxasfera* nella comunità ecclesiale

L'opinione pubblica è una dinamica sociale anche interna alla stessa Chiesa. Il gran numero di fedeli, l'estensione planetaria e la presenza di soggetti con funzioni, ruoli e poteri in relazione, ma anche in tensione tra loro, fanno sì che le dinamiche dell'opinione pubblica si possano riscontrare anche nella vita della comunità ecclesiale.

Presupposto dell'opinione pubblica ecclesiale è l'esistenza di una *doxasfera* all'interno della Chiesa, cioè di un rapporto di dialogo e di confronto tra diversi attori sulla scena pubblica. Ora, nella Chiesa si può

facilmente scorgere la presenza di moltitudini di fedeli, gruppi di pressione, decisori e mondo della comunicazione.

All'interno delle moltitudini, i fedeli si aggregano in gruppi di interesse sulla base tanto del *sensus fidei* quanto di altre visioni del mondo derivanti dall'area geografica di appartenenza, dalla tradizione familiare, dalla formazione politica, dagli interessi socio-economici e da altri fattori.

► **MOLTITUDINI DI CREDENTI** (si costituiscono in gruppi e forniscono i decisori): famiglie; gruppi amicali, circoli; comunità di base; parrocchie.

L'aggregazione produce gruppi di pressione, spesso organizzati da leader carismatici, che propongono istanze di rinnovamento ecclesiale, nuovi orientamenti teologici o strategie di azione sociale che presentano all'attenzione della Chiesa attraverso l'uso di strumenti di comunicazione, e mirano a ottenere che il magistero, nelle sue varie forme, assuma queste istanze e le confermi come valide per tutta la Chiesa.

► **GRUPPI DI PRESSIONE** (vogliono il riconoscimento dei decisori): associazioni; movimenti; nuove comunità; ordini religiosi; orientamenti teologici; lobby.

Sul terreno della *doxasfera* ecclesiale la gerarchia, assimilabile alla categoria dei decisori politici, gioca un ruolo fondamentale perché svolge il servizio di guida e di indirizzo della comunità. La gerarchia è costituita da persone che emergono «per vocazione» dalle moltitudini dei battezzati e con esse si relazionano. Ogni suo membro non rappresenta solo se stesso, infatti è frutto di una storia umana fatta di relazioni e di un percorso di fede, è un'interfaccia attiva con ordini, congregazioni e altri tipi di organizzazioni ecclesiali, ha un *sensus fidei* che condivide con altri credenti e si raccorda a sensibilità diffuse nel mondo cattolico.

► **DECISORI** (controllano la maggior parte dei media): papa; dicasteri; vescovi; curie; fondatori; ministri generali e provinciali; conferenze episcopali; parroci.

La comunicazione ecclesiale si esprime attraverso svariate forme comunicative che spaziano dagli incontri che si svolgono in parrocchia alle solenni liturgie, dall'insegnamento universitario alle riviste, dalle televisioni alle radio, da internet alle processioni. La gerarchia nell'adempimento delle funzioni di insegnamento, santificazione e governo

utilizza le forme peculiari della comunicazione catechetica, liturgica e istituzionale. I mezzi di comunicazione ecclesiale sono spesso posseduti direttamente dalla gerarchia o sono espressioni di ordini religiosi, gruppi e movimenti, qualche volta sorgono dall'iniziativa spontanea di singoli fedeli.

► MEDIA (strumenti di formazione delle moltitudini): catechesi; liturgia; comunicazione istituzionale; università; radio; televisioni; social media; giornali; blog.

Nella dinamica della *doxasfera* interna alla Chiesa si agitano bisogni, orientamenti e prerogative diseguali: provengono da diversi settori dell'episcopato (compreso il più eminente tra questi, il papato), da influenti rappresentanti di diverse organizzazioni attive e dalla loro base popolare, coinvolgono tutti i mezzi di comunicazione disponibili, ricercano consenso dai fedeli e attestazioni dal magistero al fine di allargare la loro cerchia di influenza.

Anche l'opinione pubblica nella Chiesa, similmente a quella nella società, non bisogna attendersi di vederla materializzata in un orientamento definito e perfettamente rappresentabile. L'opinione pubblica è il processo che la genera e diventa più intellegibile quando viene considerata un processo sociale costituito dall'incontro/scontro di diverse forze concorrenti nel campo della *doxasfera*.

Opinione pubblica e dignità della persona

All'interno della *doxasfera* sociale la Chiesa non ha solo un ruolo politico-sociale del tutto simile a quello degli altri attori, ma ha anche il ruolo, altamente etico, di richiamare le coscienze a operare per il bene comune, per la pace, per la giustizia sociale e per il progresso dei popoli. Perseguendo questa missione la Chiesa propone il messaggio della misericordia, affinché diventi il tratto distintivo delle relazioni umane e della comunicazione interpersonale.

Papa Francesco ha incentrato il messaggio per la Giornata mondiale delle comunicazioni sociali del 2016 sul tema: «Comunicazione e misericordia: un incontro fecondo». In questo messaggio il papa ha scritto:

Vorrei, dunque, invitare tutte le persone di buona volontà a riscoprire il potere della misericordia di sanare le relazioni lacerate e di riportare la pace e l'armonia tra le famiglie e nelle comunità. Tutti sappiamo in che modo vecchie ferite e risentimenti trascinati possono intrappolare le persone e impedire loro di comunicare e di riconciliarsi. E questo vale anche per i rapporti tra i popoli. In tutti

questi casi la misericordia è capace di attivare un nuovo modo di parlare e di dialogare.

Poi, in un altro passaggio del discorso, Francesco ha dichiarato:

La comunicazione ha il potere di creare ponti, di favorire l'incontro e l'inclusione, arricchendo così la società. Com'è bello vedere persone impegnate a scegliere con cura parole e gesti per superare le incomprensioni, guarire la memoria ferita e costruire pace e armonia. Le parole possono gettare ponti tra le persone, le famiglie, i gruppi sociali, i popoli. E questo sia nell'ambiente fisico sia in quello digitale. Pertanto, parole e azioni siano tali da aiutarci a uscire dai circoli viziosi delle condanne e delle vendette, che continuano a intrappolare gli individui e le nazioni, e che conducono a esprimersi con messaggi di odio. La parola del cristiano, invece, si propone di far crescere la comunione e, anche quando deve condannare con fermezza il male, cerca di non spezzare mai la relazione e la comunicazione.

Ciò che abbiamo appena ascoltato ha molta attinenza con la formazione dell'opinione pubblica e sollecita un atteggiamento misericordioso sia nelle relazioni quotidiane tra le persone (all'interno delle moltitudini), sia nelle relazioni politiche che si realizzano nell'intera *doxasfera*.

Soffermiamoci un attimo sul primo aspetto, quello delle *relazioni quotidiane all'interno delle moltitudini di persone*.

Per molto tempo, prima della sua riformulazione da parte dei filosofi illuministi, l'opinione pubblica non è stata intesa come una dinamica politica, bensì come una dinamica sociale. Infatti, per opinione pubblica si intendeva principalmente la reputazione o la fama di cui le singole persone o le famiglie godevano nella società, la quale approvava o condannava i loro vizi e le loro virtù. In tal senso la pubblica reputazione era un fattore di coesione sociale, che costringeva le persone a adattarsi agli usi e alle tradizioni per non essere pubblicamente riprovate.

Alla base del suddetto meccanismo c'era, e c'è tutt'oggi, il pettegolezzo, la più atavica forma di trasmissione dei giudizi e degli umori che determina la «pubblica fama», la *fama popularis*, e, come già dicevano i romani, il pettegolezzo incrementa i *rumores*, ovvero una serie di «voci» che circolano *os ad aurem*, da bocca a orecchio, in un determinato aggregato sociale, fino a diventare la *vox populi*, cioè una volontà o un giudizio collettivo.

La tutela della buona fama delle persone è sempre stata oggetto di attenzione da parte della dottrina cattolica. A tal proposito si può richiamare sia il precetto giudaico-cristiano: «Non fare agli altri quello che non vorresti fosse fatto a te» (cf. Mt 7,12), e sia la disposizione del canone 220 del *Codice di diritto canonico* del 1983: «Non è lecito ad alcuno ledere il-

gittimamente la buona fama di cui uno gode, o violare il diritto di ogni persona a difendere la propria intimità».

Anche Giovanni Paolo II, in una lettera del 1993 indirizzata ai vescovi d'America, ricordando il legame congenito tra opinione pubblica e reputazione delle persone, sottolineò la necessità di tutelare la buona fama dei malcapitati che vengono sottoposti alle gogne pubblico-mediatiche:

L'opinione pubblica spesso si nutre di sensazionalismo e in questo i mezzi di comunicazione sociale rivestono un ruolo particolare. Infatti, la ricerca del sensazionale conduce alla perdita di qualcosa che è essenziale per la moralità della società. Viene leso il diritto fondamentale degli individui a non essere facilmente esposti all'irrisione dell'opinione pubblica.

Così papa Francesco, dopo aver stigmatizzato in molti discorsi pubblici il dannoso costume dei pettegolezzi, dei giudizi e delle calunnie, diffuso anche in molti ambienti ecclesiastici, esprime, nel messaggio del 2016, il suo desiderio riguardo a tutte le relazioni umane:

Come vorrei che il nostro modo di comunicare, e anche il nostro servizio di pastori nella Chiesa, non esprimessero mai l'orgoglio superbo del trionfo su un nemico, né umiliassero coloro che la mentalità del mondo considera perdenti e da scartare! La misericordia può aiutare a mitigare le avversità della vita e offrire calore a quanti hanno conosciuto solo la freddezza del giudizio. Lo stile della nostra comunicazione sia tale da superare la logica che separa nettamente i peccatori dai giusti.

Passiamo ora dalle relazioni interpersonali alle *relazioni politiche* che si realizzano nell'intera *doxasfera* e riprendiamo l'ultimo concetto espresso dal papa sui «giudizi che separano nettamente le persone».

Anche se si tratta di un atteggiamento moralmente «discutibile», il separare, il tracciare un confine, rappresenta la vera essenza della politica. Se è vero che, per Aristotele, «politica» significava l'amministrazione della *polis* per il bene di tutti, la determinazione di uno spazio pubblico al quale tutti i cittadini partecipano, occorre tuttavia constatare che, di fatto, la politica consiste da un lato nella continua ridefinizione del confine tra amico e nemico, tra chi ritiene di aver ragione e chi non la pensa allo stesso modo (si veda in proposito l'insegnamento di Carl Schmitt), dall'altro lato nella contemporanea ricerca di un modo per influenzare l'opinione pubblica cercando di portarla dalla propria parte.

Il papa non si rassegna allo stato di fatto e invita tutti gli uomini a sperare in un mondo migliore:

alcuni pensano che una visione della società radicata nella misericordia sia ingiustificatamente idealistica o eccessivamente indulgente [...] vorrei incoraggiare tutti a pensare alla società umana non come a uno spazio in cui degli estranei competono e cercano di prevalere, ma piuttosto come una casa o una famiglia dove la porta è sempre aperta e si cerca di accogliersi a vicenda.

A tal fine, dice ancora il papa:

È auspicabile che anche il linguaggio della politica e della diplomazia si lasci ispirare dalla misericordia, che nulla dà mai per perduto. Faccio appello soprattutto a quanti hanno responsabilità istituzionali, politiche e nel formare l'opinione pubblica, affinché siano sempre vigilanti sul modo di esprimersi nei riguardi di chi pensa o agisce diversamente, e anche di chi può avere sbagliato. È facile cedere alla tentazione di sfruttare simili situazioni e alimentare così le fiamme della sfiducia, della paura, dell'odio. Ci vuole invece coraggio per orientare le persone verso processi di riconciliazione, ed è proprio tale audacia positiva e creativa che offre vere soluzioni ad antichi conflitti e l'opportunità di realizzare una pace duratura.

L'appello del pontefice a un'«attenzione comunicativa» per salvaguardare la dignità delle persone e costruire la comunione non riguarda, dunque, solo gli uomini politici, ma sollecita tutti coloro che sono coinvolti nelle dinamiche comunicative.

Prima di papa Francesco anche Benedetto XVI, nel messaggio per la Giornata mondiale delle comunicazioni sociali del 2008, aveva richiamato l'attenzione sul fatto che

quando la comunicazione perde gli ancoraggi etici e sfugge al controllo sociale, finisce per non tenere più in conto la centralità e la dignità inviolabile dell'uomo, rischiando di incidere negativamente sulla sua coscienza, sulle sue scelte, e di condizionare in definitiva la libertà e la vita stessa delle persone. Ecco perché è indispensabile che le comunicazioni sociali difendano gelosamente la persona e ne rispettino appieno la dignità. Più di qualcuno pensa che sia oggi necessaria, in questo ambito, un'«info-etica» così come esiste la bioetica nel campo della medicina e della ricerca scientifica legata alla vita.

Occorre, dunque, che la persona umana venga sempre rispettata e tutelata in modo da evitare che qualcuno possa finire nel «trita-carne» sociale del pettegolezzo, in quello mediatico del mostro sbattuto in prima pagina e in quello politico del nemico da distruggere, tenendo presente l'ammonimento della sacra Scrittura: «Il giudizio sarà senza misericordia contro chi non avrà usato misericordia» (Gc 2,13), mentre: «Beati i misericordiosi, perché troveranno misericordia» (Mt 5,7).

Nota bibliografica

Per una più estesa trattazione dell'argomento e della bibliografia si può consultare: R. DORONZO, *Le dinamiche dell'opinione pubblica e la Chiesa cattolica*, Mario Adda Editore, Bari 2015.



Il tema dell'opinione pubblica è in stretta relazione con la dignità della persona. La Chiesa si trova coinvolta nel processo di costruzione dell'opinione pubblica proprio per il ruolo sociale molto importante che ricopre e sente di dover tutelare la dignità di ogni persona. Nell'articolo si cerca di ridurre la complessità del fenomeno dell'opinione pubblica utilizzando gli schemi elaborati dagli studiosi e gli esempi pratici. A tal fine viene segnalato il modello della doxasfera che descrive lo scenario nel quale tutti gli attori dell'azione sociale concorrono a costruire l'opinione pubblica ed è utilissimo anche per la descrizione delle stesse dinamiche all'interno della Chiesa. Nella doxasfera sociale la Chiesa non ha solo un ruolo socio-politico del tutto simile a quello degli altri attori, ma ha anche la missione di richiamare le coscienze a operare per il bene individuale e per quello comune. A tale scopo la Chiesa propone il messaggio della misericordia, affinché diventi il tratto distintivo delle relazioni e della comunicazione interpersonale e generi un'opinione pubblica che non distrugga la dignità delle persone.



The theme of public opinion is closely related to that of dignity of the person. The Church finds itself involved in the process of the construction of public opinion precisely because of its important social role in upholding and safeguarding the dignity of every person. This article seeks to explain the phenomenon of public opinion through methods developed by scholars and with practical examples. Thus, it invokes the notion of the doxasphere, in which all those who are part of social action collaborate in producing public opinion. The concept is extremely useful also to describe social dynamics within the Church. In the social doxasphere, the Church not only has a socio-political role like all other actors within the sphere; it also has the mission to prompt the conscience to act for the individual and common good. To this end, the Church offers the message of compassion: that compassion should be the distinctive trait in personal relations and communications and generate a public opinion that does not destroy the dignity of the person.

OPINIONE PUBBLICA – DIGNITÀ DELLA PERSONA – MISERICORDIA
– DOXASFERA