



**Incontro con i giornalisti per la festa del patrono
Milano – Circolo della Stampa, 24 gennaio 2009**

IL MESTIERE DEL GIORNALISTA

**Parole per il futuro:
passione, servizio, responsabilità, comunità**

Un saluto cordiale e fraterno a tutti voi presenti a questo incontro tradizionale che avviene ogni anno in occasione della festa di san Francesco di Sales, il santo riconosciuto dalla Chiesa come patrono dei giornalisti e degli scrittori.

Vi sono grato per questa vostra presenza, che mi offre la possibilità di incontrarvi in un contesto diverso dal solito. Infatti sono abituato a vedervi mentre siete al lavoro in occasione di celebrazioni e iniziative diocesane. Oggi invece mi è data una preziosa opportunità di dialogo e di confronto con voi, in special modo sulla vostra stessa professione.

Ringrazio in particolare i due relatori che mi hanno preceduto, per aver raccontato e ragionato in modo così autorevole sul vostro lavoro. Grazie al direttore Ferruccio De Bortoli per aver tracciato lo scenario comunicativo nel quale ci muoviamo, e grazie al direttore Gianni Riotta per aver delineato qualche aspetto del futuro della professione giornalistica.

Quale taglio può avere ora la mia riflessione, dopo il vostro intervento di analisi “tecnica”? E’ il taglio pastorale ed esperienziale. *Desidero cioè parlarvi da vescovo e da utente della comunicazione: un utente un poco particolare, visto che spesso sono oggetto dei vostri articoli e dei vostri servizi.*

1. La domanda



Parlando della vostra professione, mi lascio guidare da una domanda che potrà apparire sin troppo semplicistica: *ai tempi di internet, serve ancora la professione giornalistica?*

So che il vostro lavoro è sempre più caratterizzato e reso difficile da tanti fattori. Ne cito solo alcuni: il numero sempre crescente di uffici stampa che producono comunicati di politici, di enti e personaggi pubblici; le agenzie di informazione generaliste e specializzate che inondano le redazioni di notizie. E, fenomeno recentissimo, la tendenza, anzi la voglia dei semplici cittadini di diventare essi stessi “produttori” di notizie mediante i blog, la condivisione di video... Quanta concorrenza per voi giornalisti!

Ma a mettere sotto pressione il vostro lavoro e voi stessi come persone è la fatica di tanti utenti nello stare in dialogo con il mondo della comunicazione.

Molti sono critici verso l'informazione realizzata dai giornali e dalla televisione, in quanto – dicono - non racconta la realtà. Non perché la tradisca, ma semplicemente perché tende a rappresentarne un'altra, a costruire un orizzonte virtuale accanto a quello reale, sperimentato ogni giorno dai cittadini.

La gente – forse – è stanca di leggere e vedere le questioni di attualità presentate sempre nella chiave dello scontro, delle polemiche, dello scandalo, della paura, dell'allarme, che in realtà esistono solo su quelle pagine o in quei servizi radio-televisivi. Scontri, polemiche, scandali, paure e allarmi che prendono forma perché artatamente creati dai mezzi di comunicazione, che assumono consistenza perché all'allarme segue la dichiarazione, alla dichiarazione segue la replica, la replica è rilanciata dalla smentita...

Ne parlo con cognizione di causa: a volte ne sono testimone anch'io. Mi vedo gettato in polemiche e scontri che, per la verità, non esistono affatto. Comprendo come, da sempre, chi deve farsi sentire in una piazza affollata sia costretto ad alzare la voce. E come chi più alza la voce, inizialmente prevale, attira a sé lettori, riesce a imporre la propria visione. Mi domando poi – e in tanti con me - se le notizie che tengono banco sui giornali o nei telegiornali siano sempre le più importanti del giorno. Oppure se è l'argomento in voga in quel periodo a dettare i “timoni” degli spazi informativi.



Non sono, forse, anche questi atteggiamenti a motivare la freddezza della gente verso gli strumenti di comunicazione tradizionali? Non è che, stancandosi di questa comunicazione, ne sogni un'altra, utopicamente senza giornalisti, senza mediatori? Certo, non escluderei che questi stessi utenti poi si lamentassero (trovandola poco attraente) di un'informazione che si basa sui fatti selezionati e classificati per la loro importanza, non per il grado di interesse, di curiosità e morbosità che possono suscitare. Comunque non liquiderei la domanda in modo troppo sbrigativo.

E tra i giornalisti e gli utenti, in mezzo, sta un'offerta sempre più abbondante di informazione, che da un lato complica non poco il lavoro dei comunicatori costringendoli alla tempestività, e dall'altro lato travolge gli utenti di notizie, o meglio di titoli di notizie, lasciando in loro solo l'illusione di essere sempre e correttamente informati.

2. Passione ed entusiasmo

Parlando con alcuni di voi sento spesso *l'ansia per il futuro*: a causa dell'incertezza generata dalla perdurante mancanza del contratto di lavoro per la vostra categoria e dalla crisi economica, che di riflesso colpisce anche le vostre aziende e mette a rischio non pochi posti di lavoro. Dalle vostre parole mi pare di cogliere anche *la fatica di riconoscersi* nel modo di vivere la professione così come si va delineando.

Sempre più il giornalismo è urlato, sempre più tra il fatto e la notizia intervengono mediazioni spurie. Anche il modo di lavorare è cambiato: pensiamo a quanto il giornalista sia sempre meno "in strada" e a quanto invece sempre più rimanga in redazione davanti al computer. Oppure quanta meno poesia ci sia in questa professione sempre più tecnologizzata. Senza dire dello stress causato dai ritmi di lavoro sempre più incalzanti...

Ma non manca - ed è un'autentica benedizione - *la freschezza dell'entusiasmo e della passione di tanti giovani giornalisti o aspiranti tali*. Le scuole di giornalismo sono sempre ben frequentate. Io stesso, nei miei appuntamenti pubblici, incontro diversi giovani che stanno iniziando questo lavoro: attenti e contenti di essere giornalisti, nonostante il precariato



lunghissimo cui sono costretti e le remunerazioni misere con cui sono ricompensati.

E per tornare a qualche fatica, che dire delle *donne giornaliste*? Per loro è un lavoro ancora più impegnativo quando – giustamente – vogliono coniugare la professione con la famiglia e la vita privata. Confesso di rimanere ammirato per la sensibilità tipica che sanno infondere in questo mestiere e per gli sforzi che sono disposte a fare per essere – al tempo stesso e bene – giornaliste, mogli, madri, donne.

Tanti problemi, tante trasformazioni, tanti punti di forza. Ma c'è un aspetto che rimane immutato, a mio avviso: siete voi, cari amici giornalisti, voi come persone, voi come donne e uomini, voi che svolgete questo mestiere.

3. Un mestiere

Sì, è un mestiere il vostro. Un bel mestiere, anche se non facile. Ma perché uso questo termine forse un poco desueto?

Perché sono attratto dalla sua etimologia: *ministerium*, servizio. Ma essere giornalista oggi è davvero un *ministero*, con quell'aura che il termine evoca, nel suo senso più profondo di servizio? Forse può sembrare più opportuno definire *professione*, il vostro lavoro: ma il termine mi suona asettico. Oppure parliamo di *lavoro*? Mi sembra che con questo termine si esprima poco la passione necessaria per svolgerlo bene. E allora essere giornalista è una *missione*? Forse è un tantino pretenzioso...

Mi piacerebbe fosse voi a dare la definizione più vera. Io, per voi, scelgo quella di "*mestiere*". Essere giornalista oggi è un *mestiere*, un *ministerium*: un *servizio* alle persone, per informarle, per diffondere comunicazione, per servire la verità.

Parlando del vostro come di un mestiere mi viene alla mente la figura dell'*artigiano*, di colui che è capace di fare di sé uno strumento prezioso di lavoro. Voi infatti operate con la vostra mente, le vostre mani, le vostre parole, con le idee, le emozioni. Avete il potere e il compito di ordinare la realtà, quasi per ricrearla, modellarla: non per falsarla, ma per fornirne un'interpretazione.



Proprio dalla prospettiva che l'essere giornalista è un mestiere, un servizio, è possibile trovare *l'approccio giusto per affrontare la domanda* che anima e regge questo mio intervento.

Oso chiedervi: quale profezia, quale desiderio, quale sogno, quale fascinazione, quale necessità vi ha portato ad iniziare un giorno questo mestiere? Provate a riandare ai primi stati d'animo, all'emozione della prima volta in cui avete visto pubblicato sul giornale un vostro pezzo, oppure visto o sentito in onda il vostro primo servizio..., all'insistenza con la quale vi siete proposti alla prima redazione, alla gioia per il primo contratto, per la prima assunzione...?

Cosa c'era nel cuore, quale desiderio, quale attesa? Certo, la voglia di lavorare, di disporre di una fonte di reddito. Ma questo attraverso il mestiere di giornalista, ovvero per *essere testimone della realtà e narrarla*.

A quell'entusiasmo, a quell'idealità, *a quella passione occorre ritornare*, così come anch'io, in qualche momento non facile del mio ministero, ritorno alla grazia degli inizi della mia vita sacerdotale.

E non è piccola cosa, questa! Perché senza questa carica positiva, senza i sentimenti della ferita che il fascino della sua bellezza questo mestiere un giorno ha lasciato in voi, il rischio è di trascinarsi tra un tavolo e l'altro della redazione, tra un pezzo scritto contro voglia e un titolo da fare, tra una conferenza stampa inutile e un evento noioso. Preoccupati solo di eseguire gli ordini del "capo", senza dire nulla di sé, delle proprie idee, dei propri desideri, della propria persona.

Perché *il segreto del giornalismo* non sta tanto nel mestiere o chissà in quale formula, ma nel giusto protagonismo delle persone, dei comunicatori, dei giornalisti: *la qualità "vera" della comunicazione dipende sempre dalle persone*. I mezzi di comunicazione non fanno nulla da soli. Sono solo degli strumenti.

Per essere buoni giornalisti, per realizzare ottimi strumenti, per non essere travolti dalle nuove tecnologie, prima di ogni regola e di ogni codice deontologico è necessario *coltivare dentro di sé i valori che sono a fondamento della propria umanità e di quella degli altri*, mantenere vivo il desiderio di crescere come persona, custodire l'interiorità, possedere quella spiritualità che



spinge alla ricerca della verità come primo obbligo morale del nostro essere uomini.

Ricerca della verità e passione che vedo ancora, specialmente quando mi capita di leggere, ascoltare, vedere qualcuno dei vostri servizi che trattano di temi poco felici, che magari al lettore piacciono poco o che i “capi” stessi considerano poco “notizia”. Temi legati all’emarginazione, alla povertà, al disagio, alla solitudine. Mi edifica l’impegno per conoscere i problemi nascosti e dimenticati della gente, per attirare l’attenzione e invocare una soluzione, per accendere il giusto dibattito. Non è certo in crisi il mestiere del giornalista quando si esprime così, quando il giornalista scrive con il pennino intinto nel cuore e nella personale passione civica, sociale e cristiana.

Fare bene il proprio lavoro, impiegando tutto l’impegno e l’arte di cui si dispone, permette di vincere qualche male del giornalismo di oggi. Non arrendiamoci, *non rassegniamoci al pessimismo* imperante che porta molti ad affermare che “il vero giornalismo è finito”. E’ ancora possibile impegnarsi, appassionarsi, affermare le proprie idee, andare controcorrente, anche pagando in prima persona qualche prezzo e qualche fatica.

4. Abbiamo bisogno del giornalista

Sono sempre di più le persone comuni che diventano protagoniste della comunicazione. Guardando i telegiornali e i giornali, scopro come in occasione dei grandi fatti di cronaca, oltre al racconto “ufficiale” proposto dal giornalista, spuntino sempre almeno un video amatoriale, una foto presa da un passante, la testimonianza di chi dice “io c’ero”. E, mentre il giornalismo “tradizionale” spesso dell’evento presenta solo un racconto a posteriori, il filmato o la foto amatoriali mostrano l’evento nel suo stesso accadere. Il mestiere giornalista è quindi ormai superato, destinato a scomparire con l’avanzare e il diffondersi della tecnologia e con la crescita del desiderio della gente di partecipare?

In un certo senso sì. Vedo come sia sempre più rara la figura dell’inviato, di chi giungeva sul luogo della tragedia o della catastrofe e raccontava il fatto secondo il suo personale punto di vista e la sua originale interpretazione. Certo, ancora oggi ci sono giornalisti con grande fiuto,



coraggio e passione che arrivano prima degli altri a dare quella notizia, ma il *“peso” del giornalista testimone si è indebolito*. In occasione di un fatto importante capita ormai di leggere e ascoltare – più o meno - la stessa cronaca, la stessa interpretazione, la stessa versione... Tanti strumenti di comunicazione rilanciano quella notizia quasi in tempo reale, ma non sono originali nella narrazione: è chiaro, tutti hanno la stessa fonte!

Per questo hanno un grande successo e sono molto ricercate in rete le testimonianze dirette della gente che ha assistito a un determinato evento e lo ha documentato: sono testimonianze che offrono un punto di vista nuovo, inedito, differente di quanto raccontato in modo uniforme dagli strumenti *“tradizionali”*. Se questo ruolo del testimone scompare dal giornalismo *“istituito”*, ecco che riappare grazie al contributo degli utenti *“attivi”*.

Colgo qui un invito di saggezza che merita di essere accolto: l'invito a che questo interesse dei lettori e dei telespettatori divenga un pungolo per i giornalisti professionisti ad attivarsi di più, motivi soprattutto gli editori e i direttori a *tornare ad investire sulle risorse umane, sul giornalista testimone*, non solo sulle tecnologie.

Abbiamo ancora bisogno del giornalista testimone. Non c'è virtualità che tenga. Abbiamo bisogno di una pluralità di punti di vista, di narrazioni. Abbiamo bisogno che i fatti non siano semplicemente mostrati, ma anche interpretati, compresi, ordinati. Internet è piena di informazioni, anche precisissime. Sui siti di condivisione c'è un'infinità di video che raccontano di fatti di cronaca. Le agenzie sfornano migliaia di lanci al giorno.

Ma chi interpreta il reale? Chi tenta una spiegazione? Chi fa sintesi? Chi compone il quadro? Chi ci offre questo servizio?

Forse ci stiamo stancando di un certo giornalismo perché all'utente non basta più solo essere spettatore di fatti che capitano, sapere la notizia in sé, essere spinto a provare delle emozioni, essere considerato un consumatore di informazioni, di pubblicità, di beni. In questo senso una provocazione salutare ci viene da papa Benedetto XVI, che nel suo Messaggio per la 43° Giornata Mondiale per le Comunicazioni Sociali scrive: *«La vita non è un semplice succedersi di fatti e di esperienze: è piuttosto la ricerca del vero, del bene e del bello. Proprio per tale fine noi compiamo le nostre scelte, esercitiamo la nostra libertà e in questo, cioè nella verità, nel bene e nel bello, troviamo felicità e gioia.*



Occorre non lasciarsi ingannare da quanti cercano semplicemente dei consumatori in un mercato di possibilità indifferenziate».

5. Una “comunità dietro lo strumento”

Abbiamo bisogno di strumenti, tanti, diversi, plurali, ma che offrano interpretazioni del reale; di giornalisti che - pur con diversità di linguaggi e sensibilità - offrano scenari comuni entro i quali riconoscersi, identificarsi. E' segno e causa di una *frammentazione* quella comunicazione senza mediatori e che non tenta la sintesi, quella comunicazione che è solo offerta di informazioni precise ma sconnesse da un orizzonte di senso complessivo.

Non si invoca qui il pensiero unico. Bensì la possibilità di avere un'interpretazione del reale e di disporre riconoscendo “dietro” ad uno strumento un pensiero guida, un'idea forte, delle persone accomunate da un'esperienza, da una visione della vita. *C'è bisogno di una “comunità dietro uno strumento”, di persone dietro un mezzo, di riflessioni dietro le notizie.* Certo, uso qui il termine “comunità” in senso debole, rispetto ad esempio all'esperienza forte di comunità che come cristiani quotidianamente viviamo. Abbiamo bisogno di *narrazioni condivise* e di una *pluralità di narrazioni*. Solo così si potrà attivare lo *spirito critico* dell'utente: se potrà incontrare molteplici esperienze di pensieri e riflessioni condivise.

Ma penso che in parte sia già così. Mi immagino la ricchezza delle riflessioni nelle vostre riunioni di redazione, la profondità di analisi dei temi, la voglia di capirne di più, il tempo passato a confrontarsi sulle possibili interpretazioni. Questo confronto e questi dibattiti, che magari non sempre si concretizzano in un articolo, sono molto preziosi perché articolano quel pensiero e realizzano quella “comunità dietro lo strumento”. *Ci sono modi e modi di vivere questa comunità.* E qui sorgono domande impegnative: nella discussione sui temi su cui scrivere e impegnarsi - quale avviene nella riunione di redazione e nel confronto tra i colleghi - sappiamo sempre dichiarare il nostro punto di vista, ragionando a partire dalla nostra esperienza di vita, dall'orizzonte di valori che ci è proprio? Oppure più comodamente ci lasciamo portare dall'opinione dominante, dall'idea forte e



dalle convinzioni di chi ha più responsabilità e autorevolezza di noi? Come sappiamo prevenire il rischio – reale e pericoloso - di cadere in una sorta di doppia morale: “questo è quello che pensa il mio giornale”, “questo invece è quanto penso io”? Facciamo tutto il possibile per far comprendere la nostra posizione? Quando scriviamo, quali intimi sentimenti nascono in noi pensando che questo pezzo verrà letto o ascoltato da nostro marito, nostra moglie, dai nostri figli, genitori e amici, da chi ci conosce bene? Ritroveranno sempre nel nostro lavoro, almeno in traccia, le nostre convinzioni?

Serve una “comunità dietro lo strumento”, una *comunità composta da persone vere, capaci di affermare anche nel contesto lavorativo i valori in cui credono. Anche la propria fede cristiana.*

Una parola vorrei spendere anche a proposito delle relazioni che si creano in questa “comunità dietro lo strumento”. Sono sempre impegnative le relazioni tra colleghi di lavoro: immagino lo siano ancora di più tra giornalisti, persone chiamate da una parte a lavorare insieme, ma dall'altra a personalizzare, a mettere la propria firma, la propria voce, il proprio volto su un lavoro che spesso è di squadra. Occorre un'umanità forte, autentica per fare in modo che queste inevitabili fatiche non rendano invivibili le vostre redazioni. Il Vangelo ha molto da insegnare a proposito dei rapporti interpersonali. Se ci si impegna a costruire relazioni sempre migliori anche sul posto di lavoro, l'esercizio del vostro mestiere sarà più agevole, la comunicazione che realizzate più autentica. E quella “comunità dietro lo strumento” che all'utente viene offerta apparirà più convincente.

E nessun media, tecnologicamente avanzato quanto si voglia, potrà precludere, pregiudicare, offuscare questa riflessione condivisa e impedirne la sua trasmissione. Anzi, se c'è una tendenza dei “nuovi “mezzi di comunicazione è proprio quella di *creare comunità, relazioni, amicizie.*

Scrive ancora il Papa: «*Il concetto di amicizia ha goduto di un rinnovato rilancio nel vocabolario delle reti sociali digitali emerse negli ultimi anni. Tale concetto è una delle più nobili conquiste della cultura umana.*».

Personalmente amo pensare che i “mass media” si chiamino così non solo perché destinati alle masse, ma perché realizzano intorno a sé delle comunità, mettono in relazione delle persone, sanno suscitare amicizie. Penso che la gente abbandoni alcuni mezzi di comunicazione tradizionali perché in



quelle comunità - che quegli strumenti presentano - non si senta più rappresentata, non si senta più coinvolta.

Ma nonostante ciò la gente continua a volere essere informata. Il successo dell'informazione in internet lo dimostra: se l'utente non è soddisfatto da giornali e televisioni, non si riconosce più in quel modo di rileggere la realtà, cerca altre interpretazioni, altre comunità. Nella rete, appunto.

Troppo spesso si sentono riflessioni che conducono ad affermare che "abbiamo l'informazione che ci meritiamo", che i giornali e le televisioni - in fondo - danno quello che il lettore e lo spettatore vogliono. Ma è davvero così? Il fatto che i lettori comprino sempre meno quotidiani, che si eroda il numero degli spettatori dei telegiornali, non ci induce ad una riflessione? Oltre che sulla sfera emotiva delle persone, non dobbiamo provare ad investire anche sulla loro intelligenza? Spesso viene veicolato un giudizio sull'opinione pubblica negativo, che però non è corrispondente al vero. La gente desidera essere informata, capire, trovare le ragioni, formarsi un parere personale.

L'opinione pubblica - troppo sottovalutata - è più intelligente di quanto si creda. Certo, è strumentalizzabile: sappiamo tutti quanto i modi di pensare e il consenso possano essere influenzati, condizionati, costruiti in modo decisivo dai media e da chi li possiede. Ma non possiamo dimenticare che, prima o poi, la realtà e la verità emergono. E la storia ci insegna che, anche a proposito della comunicazione, questo accade in modo tumultuoso, repentino.

Continuando così, a perdere non saranno solo i bilanci delle aziende editoriali, o solo quei giornalisti che resteranno senza lavoro. A perderci sarà la collettività intera, che di una buona comunicazione e di buoni comunicatori ha necessità. *Non finirà mai il vostro mestiere: ce n'è troppo bisogno. C'è bisogno della vostra passione, della vostra fatica, della vostra lungimiranza.*

6. I comunicatori senza patente

Sempre più l'utente vuole diventare protagonista del mondo della comunicazione. *Una nuova categoria di giornalisti sta bussando alle porte?*

Del giornalista abbiamo ancora bisogno: ma non sarà che - *obtorto collo* - queste nuove modalità comunicative porteranno all'estinzione della figura



classica del giornalista? E un utente protagonista attivo della comunicazione, rimane solo semplice utente? O diventa lui stesso autore della comunicazione, quindi un giornalista? A mio avviso *non è più un semplice utente, ma non è ancora un giornalista*. Lo immagino come un “giornalista senza patente”. E come tale esposto a rischio e fonte di possibile rischio per gli altri.

Voi, cari giornalisti, questa patente l'avete. La vostra professionalità è riconosciuta dalla formazione e dagli aggiornamenti, dall'esperienza, da un albo. Vi muovete nell'ambito di una deontologia (quasi sempre) condivisa, avete dei riferimenti etici. Agite in base al senso di responsabilità, che diviene una corresponsabilità vigile grazie a quella comunità che si crea nelle vostre redazioni, con i vostri colleghi, i vostri capi, il vostro direttore...

Ma chi realizza un filmato e lo pubblica su di un sito, che esperienza ha? Quale formazione? Quale etica? Quale senso di responsabilità? Il ragazzino che riprende un atto di bullismo e lo mette su YouTube, di quale responsabilità è consapevole? E gli adulti che immettono in rete immagini pedo-pornografiche? A quale etica rispondono? Da quale corresponsabilità sono vigilati? A quali responsabilità personali e sociali sono tenuti?

Scrivono Papa Benedetto XVI nel Messaggio già citato: *«Coloro che operano nel settore della produzione e della diffusione di contenuti dei nuovi media non possono non sentirsi impegnati al rispetto della dignità e del valore della persona umana. Se le nuove tecnologie devono servire al bene dei singoli e della società, quanti ne usano devono evitare la condivisione di parole e immagini degradanti per l'essere umano, ed escludere quindi ciò che alimenta l'odio e l'intolleranza, svincola la bellezza e l'intimità della sessualità umana, sfrutta i deboli e gli indifesi»*. Senza arrivare a questi livelli, è rischiosa - nella rete - anche tutta quell'informazione palesemente o parzialmente falsa, la calunnia scambiata per verità, l'opinione che degrada in offesa...

Come potrà il navigatore più inesperto o sprovvisto di sufficienti elementi critici, riconoscere e distinguere la buona dalla cattiva informazione?

Nella terza tappa del Percorso pastorale della Chiesa ambrosiana, dal titolo *Famiglia diventa anima del mondo*, ho già messo in luce la necessità che la famiglia diventi protagonista dell'educazione all'utilizzo dei mezzi di comunicazione: *«Se consideriamo l'enorme sviluppo delle tecnologie comunicative degli ultimi anni ci accorgiamo come il compito educativo di questi*



anni è diventato completamente nuovo. Irrinunciabile è allora l'impegno della famiglia nell'educare i figli al buon utilizzo dei media. Per loro non sono sufficienti o non esistono del tutto altre opportunità per imparare ad accostarsi ad essi in modo positivo e fecondo. Scuola e comunità cristiana dovranno attivarsi, sia per accompagnare i ragazzi, sia per essere di supporto alla famiglia" (n. 25, p. 82).

Qualcuno nelle scorse settimane ha proposto qualche forma di censura. Da sempre si sogna una sorta di strumento di controllo, se non di governo, a proposito di internet. Mi domando se tutto ciò sia possibile e opportuno.

Certo, quanto un video in internet viola la legge deve essere rimosso e oscurato nel più breve tempo possibile. Ma per tutto il resto? Come garantire l'autenticità dell'informazione in rete? Come aiutare l'utente a preferire la buona comunicazione, senza però giungere a forme di censura deresponsabilizzanti e poco educative, a modalità che hanno poco a che fare con la libertà d'espressione e la democrazia?

Sono questioni per le quali non ho quelle risposte che le persone competenti e direttamente responsabili è bene che diano. *Mi sento di suggerire un sentiero stretto e impegnativo: il percorso della qualità.*

La "patente" di giornalista non può essere attribuita di fatto a chi non ne ha i requisiti e non ha compiuto i doverosi percorsi formativi e professionali. Ma non è neppure opportuno escludere dalla produzione e dalla condivisione dell'informazione chi questa "patente" non ce l'ha.

Occorre trovare il modo per garantire l'utente, educarlo e formarlo affinché riconosca l'informazione realizzata da un professionista da quella realizzata dal singolo utente che non ha la responsabilità del giornalista.

Occorre garantire l'utente mostrando chiaramente le differenze tra le due modalità. Ma non è sufficiente. L'informazione realizzata dai professionisti conservi sempre uno stile proprio. E' importante anche per i professionisti aprirsi al contributo degli utenti, ma senza scadere in linguaggi, in modalità che non sono contraddistinti dalla responsabilità della professionalità.

Così, a lungo andare, la comunicazione realizzata in modo professionale e responsabile contagerà anche il resto dell'informazione e costituirà un modello riconoscibile e apprezzato da tutti.



E oltre ad essere uno stile comunicativo che influirà – elevandolo - su tutto il sistema informativo, abituerà l'utente – che dalle opere dell'ingegno ben riuscite si lascia attrarre facilmente – a riconoscere l'opera del giornalista professionista da quella amatoriale, a valutare il peso da dare all'una rispetto all'altra e, laddove è necessario, a preferire l'una anziché l'altra.

7. Mettete in gioco la vostra persona

Non cesseremo mai di aver bisogno del vostro mestiere, del vostro servizio, cari giornalisti. Come per tanti lavoratori, le condizioni non sono favorevoli per la vostra professione. Ma a sostenervi siano la bellezza di questo mestiere, le emozioni che dona, il bene che può operare.

Non penso che – in ambito comunicativo – la tecnologia prevarrà sull'uomo. Certo rischia di limitarlo, di omologarlo, di renderlo semplice ingranaggio del processo comunicativo anziché suo momento decisionale.

Ma questo accadrà realmente e definitivamente se voi consentirete che accada, se smetterete di lasciarvi affascinare dalla bellezza delle storie da cercare, da scrivere, da raccontare. Dalla *sfida di scovare un segno di speranza* laddove sembra prevalere solo la tragedia, di *renderlo notizia*, di proporlo, di vederlo poi in pagina. *Mettete continuamente in gioco la vostra umanità*, la vostra persona, le vostre idee, la vostra visione della vita, la vostra coscienza e il vostro cuore.

E il giornalismo al tempo di internet sarà un'avventura che godrà dei vantaggi che questo strumento dona alla vostra professione, un'esperienza che potrà raggiungere un numero sempre maggiore di utenti e sarà un'offerta e un esempio per la creatività di chi giornalista non è ma vuole misurarsi con l'arte del conoscere, dal capire e raccontare la realtà.

Serve ancora la professione giornalistica ai tempi di internet!

+ Dionigi card. Tettamanzi
Arcivescovo di Milano