

Infoetica. Il Bene e il Male della stampa

Antonello Cavallotto



Giornalista,
bioeticista

Infoetica: *un neologismo inutile?*

Le parole in bioetica sono importanti. Esse hanno un peso specie per chi di parole vive, come i giornalisti. Siamo sinceri. La parola *infoetica*¹ non piace ai colleghi della carta stampata almeno alla maggior parte di quelli che abbiamo monitorato e invitato nel corso di questi anni nei seminari di *Biomed@*². Ovviamente, c'è chi l'ha apprezzata ma anche chi si è defilato e ha tenuto – come si dice – un *profilo basso* nel commentarla. In generale, il termine ha in sé un che di irritante. Esagerato. È come se Benedetto «volesse i politici onesti e i giornalisti intelligenti»³.

Ma i giornalisti non sono degli eticisti, men che meno bio-eticisti. Il lavoro giornalistico, sintetizzo al lettore frasi estrapolate, non sta nel fare morali o scrivere sul “bene” o sul “male”, bensì riportare i fatti. Esporli. Non esporsi. Spetta e spetterà sempre ai giornalisti decidere, selezionare, commentare, dare la notizia, anche quella cosiddetta *eticamente sensibile*. Certo, su queste accade che ci si possa sbagliare, scrivere “male”, perché magari ci si lascia prendere da un *punto di vista personale*. Ma i giornalisti hanno un loro codice e una deontologia di riferimento. Quindi, il richiamo per noi a una *infoetica* per la stampa, è fuori luogo. Insomma *cui prodest?* Questo è il nostro lavoro. Questa “è la stampa, bellezza!”⁴. Voi fate i bioeticisti, noi i giornalisti. A supporto di questo, alcuni hanno richiamato un passo di Michele Partipilo che qui riporto: «Invocare un'etica dell'informazione semplicemente per chiedere maggior accortezza

nello scrivere una notizia, rischia di non essere compreso... Sarebbe meglio parlare per la stampa di media ethics cioè di quell'etica propria di coloro che operano attraverso gli strumenti della comunicazione di massa... anche se è chiaro che l'etica classica risulta oggi inadeguata a risolvere la vasta gamma dei problemi posti dalla globalizzazione... Seppur applicabile al giornalismo l'information ethics, la stessa valutazione morale è più ampia e non pesa più sul comportamento del solo giornalista bensì sull'evento in sé e sul suo effetto sulla pubblica opinione... In una realtà come quella italiana l'effettivo peso di questa information ethics sulla qualità dell'informazione è ancora molto»⁵.

Quella di Partipilo è chiaramente una considerazione rispettabilissima. Ma che devia dal nostro argomento. Soffermarsi alla deontologia svia la questione perché sposta sul piano del comportamento personale l'ovvia libertà di penna di cui gode ogni iscritto all'Ordine. L'*infoetica*, da questo punto di vista, può far ben poco. La necessità di una *infoetica* non sta nell'esigere o richiamare i giornalisti a una maggiore attenzione e considerazione etica di quello che scrivono, quanto nel privare l'informazione della verità dell'informazione. E dunque non si tratta di una “invasione di campo” quanto di armonizzare il diritto all'informazione con gli altri diritti umani⁶. Difendano cioè gelosamente la persona e ne rispettino appieno la dignità, come ha affermato il Pontefice.

S'impone pertanto alla stampa – dove la stessa comunicazione è diventata tanto complessa, onnipresente e decisiva (*infosfera*) – un'ul-

teriore riflessione etica, un *surplus* etico nel quale la dignità della persona del lettore e il suo “bene” siano adesso i nuovi e veri criteri di scrivere e fare giornalismo formativo. La stampa, insomma, non diffonde solo notizie, ma può creare cultura o controcultura. Con *infoetica* – mi si passi l’espressione – il Papa ha messo il dito nella piaga... e dunque l’*infoetica* deve essere letta come una risposta seria a quella che Benedetto XVI chiamava emergenza antropologica all’interno della stessa ambiguità dei media, che hanno straordinarie possibilità di “bene”, ma anche allo stesso tempo abissali potenzialità di “male”.

Come hanno scritto bene Gianpaolo Pansa⁷ e Giorgio Bocca, il giornalismo è cambiato. E il “mestieraccio” è degenerato in *informazione-spettacolo* (*lo spettacolo dell’informazione!*)⁸, un’*informazione* che poi sul dolore e sui drammi umani rimpinza la sua crisi di esigenze di vendita.

Di pari, anche papa Francesco ha affermato che la disinformazione spinge a dire la metà e porta a non potersi fare un giudizio preciso sulla realtà. Per inciso il *caso Boffo* (2010) è divenuto paradigmatico di un giornalismo sinonimo di *macchina del fango*⁹ come di contro il *caso Englaro* è stato paradigmatico di come certa stampa ha manipolato l’opinione pubblica su una vicenda che lascia divisi. Molti, ancor oggi, “credono”, che Eluana Englaro è morta perché le hanno staccato la spina e non perché un giudice amministrativo le ha sospeso alimentazione e idratazione. Ad ogni modo, in quei gironi l’idea della “dolce morte” esercitò un fascino perverso su molta opinione pubblica¹⁰. C’è, quindi, una “certa” stampa che continua a “peccare” contro la verità¹¹ e che informa volutamente “male”¹². Ogni giorno attraverso i media il male viene raccontato e amplificato, abituandoci alle cose più orribili, facendoci diventare insensibili e in qualche modo intossicandoci, perché il negativo non viene pienamente smaltito e

*La necessità di una
infoetica non sta
nell’esigere o richiamare
i giornalisti a una
maggiore attenzione
e considerazione etica
di quello che scrivono,
quanto nel privare
l’informazione della verità
dell’informazione*

si accumula. Da qui, la proposta di Benedetto XVI: «Per questo più di qualcuno pensa che sia oggi necessaria, in questo ambito, un’ “info-etica” così come esiste la bio-etica nel campo della medicina e della ricerca scientifica legata alla vita»¹³. E una stampa che continua a convivere con i cinque “filtri” che determinano il tipo di notizie: la proprietà (*corporate*); gli introiti (*funding*) le fonti (*sourcing*); la reazione negativa (*flak*) e l’ideologia (*ideology*). Ma per tornare *ab intra*, l’infoetica «non è solo un neologismo destinato ad entrare nel discorso pubblico, ma un terreno di confronto [...] uno spazio inaspettato, in cui il conflitto strisciante può lasciare finalmente il passo ad una stagione costruttiva di dialogo»¹⁴.

Anche se al momento gli spazi di confronto sembrano chiusi, pur rimanendo aperta la questione così come la pose su Repubblica, il giurista Rodotà: «Anche per le tecnologie dell’informazione e della comunicazione, si comincia ad usare il termine «infoetica». Si moltiplicano i centri di ricerca sull’etica dell’informazione. Ora la questione è se tutto ciò che è tecnicamente possibile eticamente ammissibile e socialmente accettabile sia anche giuridicamente lecito»¹⁵.

Per concludere. I fatti sono sacri e le opinioni libere, ma se riportati in modo giusto, corretto ed onesto e non artatamente costruito. La difesa a oltranza di un sedicente codice autoreferenziale lascia il giornalismo chiuso nella sua gabbia o vetrina dorata. Ma il *bivio* posto da Ratzinger è sempre presente: o i media aiutano l’uomo a crescere nella comprensione e nella pratica della verità e del bene, o si trasformano in forza distruttiva che si oppone al suo benessere: «Con il pretesto di rappresentare la realtà, di fatto si tende a legittimare e ad imporre modelli distorti di vita personale, familiare o sociale. Inoltre, per favorire gli ascolti [...], a volte non si esita a ricorrere alla trasgressione, alla volgarità e alla violenza»¹⁶.

Le notizie eticamente sensibili, lo abbiamo menzionato sopra, seppur *en passant* con il caso Englaro, sono notizie diverse dalle “nere” o dalle “rosa”. Sono notizie particolari perché, in ultima analisi, riguardano non solo i lettori ma tutti noi. Esse trattano di vita e di morte, dell’umano; e è immorale pilotare su queste il consenso del pubblico specie «*favor eutanasiae aut mortis*»¹⁷.

Ora, non vi è chi non abbia constatato che proprio su questo tipo di notizie si imbastiscono vere gare di propaganda oculata. I casi di drammi di confine catturano, emozionano e dividono; e diventano purtroppo ostaggio di “cronache sbagliate” e artifici retorici¹⁸.

Insomma, un campo di battaglia sul quale incombe nelle redazioni il “fantasma o vizio” della propaganda e della mistificazione. Ora, i ladri più pericolosi sono quelli che rubano la verità. Questo giornalismo “bioetico” – mi si passi il termine – ha in sé molta responsabilità nella produzione e formazione di una opinione pubblica a maggior parte indirizzata verso visioni etiche e antropologiche relativiste e riduzionistiche¹⁹. Da questo punto di vista, l’*infoetica* richiama i giornalisti al loro diritto-dovere di informare correttamente e senza ideologismi di parte. Di verso, pone al lettore lo stesso diritto-dovere di pretendere dalla stampa un’informazione seria, onesta e imparziale che non tracimi nella propaganda o nel banditismo linguistico. Se i giornali non sono “capaci” di questo, se i colleghi non riportano “bene” dati e opinioni, se mutano la realtà dei fatti, allora siamo di fronte a quello che i bioeticisti chiamano *slippery slope*²⁰. Ovvero, il piano inclinato dei valori. Che per la stampa funziona più o meno così. Una volta fatta passare al lettore la legittimità della morte inflitta per pietà (*Englaro docet*) si passa poi a proporla e allargarla, mediante campagne e “paginate” mirate anche ai giovani e, perché no, anche ai bambini. Nella metafora del “pendio”,

Insomma, un campo di battaglia sul quale incombe nelle redazioni il “fantasma o vizio” della propaganda e della mistificazione

che tanto fastidio suscita nelle redazioni, si svela invece tutta la sua portata il paragone di Benedetto XVI con la bioetica: come per la bioetica anche i media hanno bisogno di una *infoetica*, perché «non manca, purtroppo, il rischio che essi si trasformino [...] in sistemi volti a sottomettere l’uomo a logiche dettate dagli interessi dominanti del momento»²¹.

L’uso dell’antilingua

Mi sembra opportuno ricordare un appello fatto da Eugenia Roccella anni fa, ma sempre attuale: «Vorrei lanciare un appello al Corriere e in genere ai giornalisti, cogliendo l’occasione del caso della clinica di Cipro che

è stata chiusa e delle sette coppie italiane in ansia per la sorte dei loro embrioni, li conservati. Da quello che si capisce dalla stampa, il sequestro pare riguardare anche il traffico internazionale di ovociti con donne dell’Est che vendereanno alla clinica i propri

ovociti. La stampa parla di “donazione” ma la donazioni di ovociti non esiste. Si tratta, invece, di compravendita, anzi di sfruttamento di giovani donne bisognose che mettono a repentaglio la propria salute sottoponendosi a pesanti stimolazioni ormonali [...]. Per questo bisogna stare molto attenti. Quindi vi chiedo di aiutare a fare chiarezza e a non adottare voi per primi, il termine “donazione”»²².

Far chiarezza. Aiutare. A distanza di tanto tempo, considero valido quell’appello. L’uso manipolativo del linguaggio è il grosso debito info-etico che la stampa di “parte” ha nei confronti dei lettori. In molti bioeticisti è presente infatti un linguaggio astutamente fatto da figure retoriche finalizzato appunto a ingannare il lettore²³.

Da qui le iperboli come: pillola del giorno dopo, pillola del quinto giorno, farmaco d’emergenza, aborto selettivo; aborto post natale. L’uso di circonlocuzioni, come: diritto alla dignità di morire al posto di uccidere; di

paradossi: vite non degne, nozze gay, figli da coppie gay, persone potenziali; di ossimori, come: dolce morte, che poi sol pensare che sia “dolce” è veramente dura!; di eufemismi: il “famoso” staccare la spina! Si tratta, dunque, di un’azione ingannevole (*male-vola*) che mira a convincere o persuadere nella menzogna e occultare la verità. Un uso linguistico, attraverso tecniche di scrittura emotiva, che mira a diffondere deliberatamente informazioni false, fuorvianti o non oggettive, distorcendo o alterando la realtà dei fatti allo scopo di ingannare, confondere o modificare le opinioni verso una persona, un argomento, una situazione, traendone vantaggio.

Il mancato rispetto dei principi deontologici cardine (obiettività, completezza, trasparenza, precisione, citazione delle fonti, ecc...) e la disinformazione intenzionale coinvolge più emotivamente portando il lettore a conclusioni false. Una tattica tipica della disinformazione è quella di mescolare un po’ di verità con delle menzogne, ovvero di rivelare solo una parte della verità, spacciando questo come un completo quadro d’insieme. Di questo modo di scrivere, sono pieni gli articoli bioetici.

Il nuovo dizionario gender

Ma una delle forme più odiose di sostegno alla disinformazione è stata portata avanti dall’Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali (UNAR) attraverso le nuove *Linee guida per un’informazione rispettosa delle persone LGBT*²⁴. Patrocinata dall’Ordine nazionale dei giornalisti e dalla Federazione nazionale stampa (sic!) le linee hanno avuto l’obiettivo dichiarato di impostare per le redazioni un nuovo linguaggio giornalistico più vicino al mondo LGBT e quindi a «scrivere e comunicare senza pregiudizi la diversità»; usando al posto delle “vecchie”, le nuove parole del vocabolario *gender* come “famiglie” al posto di famiglia. Perché «con famiglie omogenitoriali, il cronista deve far capire che anche lui intende una famiglia che può essere composta da due maschi o due femmine». Come «matrimonio gay, al posto di matrimonio tra-

dizionale, dal momento che questa parola fa passare l’idea che si tratti di un istituto diverso da quello tradizionale». Come «maternità di aiuto al posto di gravidanza, perché rende più familiare la legittima aspirazione della coppia gay o lesbica ad avere un proprio discendente». Il fatto che si sia permesso a un organismo politico di “guidare” una cotale guisa di cambiamento stilistico la dice lunga su quello che sta accadendo all’interno delle redazioni e della pervasività in cui il “pensiero unico” controlli ormai la fabbrica delle notizie. E ciò è abbastanza preoccupante perché le nuove linee guida alimentano quel giornalismo manipolativo megafono – come diceva Ratzinger – delle dottrine anti-umane come è quella *gender*. Il momento è dunque serio e il futuro del Bene e del Male della stampa, sta tutto qui!

NOTE

¹ In un mondo in cui i media sono diventati «parte costitutiva delle relazioni interpersonali e dei processi sociali, economici, politici e religiosi», è “necessaria” una *info-etica*, così come «esiste la bio-etica nel campo della medicina e della ricerca scientifica dedicata alla vita». È la proposta del Papa, lanciata nella Giornata mondiale delle comunicazioni sociali sul tema: «I mezzi di comunicazione sociale: al bivio tra protagonismo e servizio. Cercare la verità per dividerla», in *AAS*, vol. 100/2, 103-106. «I media – scrive Benedetto XVI – non sono soltanto mezzi per la diffusione delle idee, ma possono e devono essere anche strumenti al servizio di un mondo più giusto e solidale». Il “rischio”, invece, è che essi «si trasformino in sistemi volti a sottomettere l’uomo a logiche dettate dagli interessi dominanti del momento»: è il caso, per il Papa, di «una comunicazione usata per fini ideologici o per la collocazione di prodotti di consumo mediante una pubblicità ossessiva». «Con il pretesto di rappresentare la realtà, di fatto si tende a legittimare e ad imporre modelli distorti di vita personale, familiare o sociale», è la denuncia del Papa, secondo il quale «per favorire gli ascolti, non si esita a ricorrere alla trasgressione, alla volgarità e alla violenza». Benedetto XVI pone un bivio alle comunicazioni sociali: «O aiuteranno l’uomo a crescere nella comprensione e nella pratica della verità, e del bene, o si trasformeranno in forze di-

struttive che si oppongono al benessere umano». Per la categoria della carta stampata questo vuol dire non solo informare e scrivere “bene” ossia correttamente ed onestamente ma, lo vedremo, scrivere “il” bene, specie quando scrivono di bioetica.

² *Biomed@* ha organizzato diversi incontri con prestigiose firme del giornalismo cartaceo ma anche di quello radiotelevisivo e delle agenzie stampa. Fra le testate hanno partecipato soprattutto i colleghi di *Libero*, *Avvenire*, *L'Unità*. Cfr. anche «Svolta a Le Monde, in arrivo nuovi azionisti», in *La Repubblica*, 4 giugno 2010, 31; M. SACCHI, «Né carta, né web: ecco la terza via dei giornali», in *Il Giornale*, 3 febbraio 2011, 22.

³ G. RODARI, in *Il Riformista*, 25 gennaio 2008. C'è chi ha apprezzato le parole del Papa e chi si è defilato. Su *La Stampa*, Giulio Anselmi ha scritto che «ha ragione Benedetto quando dice che a volte veniamo meno al tentativo di raccontare ciò che accade in modo onesto e ha altrettanta ragione a criticare la pubblicità ossessiva». L'allora neodirettore del *Il Giornale*, Mario Giordano, ha parlato di «richiamo doveroso che ci spinge a riflettere». Per Franco Siddi, allora segretario della Federazione Nazionale Stampa Italiana il sindacato unitario dei giornalisti, invece, «non possono essere la cifra attraverso cui si misura la qualità dell'informazione». Purtroppo, come denuncia il Papa, spesso esistono «giornalisti testimonial e non invece testimoni», mentre ciascuno di loro dovrebbe sviluppare «terzietà» e, di conseguenza, permettere ai lettori di farsi un'opinione. Per Luca Borgomeo «la qualità sembra importare a pochi e si preferisce puntare alla volgarità, nella speranza, spesso sconfessata dai fatti, che la gente accetti acriticamente tutto quanto viene proposto». «Tv e carta stampata continuano a proporre modelli ed esigenze che non esprimono la sensibilità comune e i valori della stragrande maggioranza della società civile». Cfr. anche: O. LA ROCCA, «Ci vuole una info-etica», in *La Repubblica*; L. ACCATTOLI, «Modelli distorti, pubblicità ossessiva», in *Corriere della Sera*.

⁴ G. BOCCA, *È la stampa, bellezza!*, Feltrinelli, Milano 2008. Cfr. M. BORONI, «I cani da Guardian dei giornali», in *Il Foglio Quotidiano*, 18 giugno 2013, XVIII, n. 142, 1.

⁵ M. PARTIPILO (a cura di), *La deontologia del giornalista*, Centro di Documentazione Giornalistica, 2009. All'interno vedi anche il contributo di Mario Bernardini, responsabile Associazione Stampa Medica Italiana e qualificato membro *Biomed@*. Cfr. G. BECHELLONI, «Chi sono i giornalisti», in V. CASTRONOVO e N. TRANFAGLIA, *La stampa italiana nell'era della TV*, Laterza, Bari

1994, 14. Penso che la crisi della stampa giornali non si trova nel fatto che il lettore non legga più e quindi non acquisti più i giornali: il lettore non legge e non compra i quotidiani perché non trova più notizie vere o, *mutatis mutandis*, il che è lo stesso, perché legge volgarità e violenza e trova modelli di vita “distorti” e manipolazione della realtà.

⁶ Per il massmediologo Casetti il Papa ci invita a servire l'uomo favorendo la libertà di pensiero.

⁷ Cfr. G. PANSA, *Carta straccia. Il potere inutile dei giornalisti*, Rizzoli, 2011. Giorgio Bocca l'ha chiamata *disinformazione* che trasforma la notizia in avvenimento piuttosto che l'avvenimento in notizia.

⁸ *Infotainment* significa letteralmente informazione-spettacolo (oppure lo spettacolo dell'informazione). È un neologismo di matrice anglosassone e di ambito radio-televisivo. *L'infotainment* ha origine dalla mescolanza di più generi per andare incontro all'instabile livello d'attenzione del pubblico. Si realizza introducendo schemi appartenenti al “genere” spettacolo nei programmi d'informazione. Anche nel panorama dell'informazione mediatica, il pubblico è bombardato da informazioni di ogni tipo, soggetto quindi a fenomeni di *sovraccarico*. Di conseguenza, una notizia per poter emergere e richiamare l'attenzione, deve essere spettacolarizzata. Cfr., anche G.G. LÓPEZ, *Informazione e disinformazione. Il metodo nel giornalismo*, Armando Editore, Roma 1999, 19.

⁹ «Discorso di Francesco durante l'udienza agli operatori della televisione TV2000», in *Avvenire*, 16 febbraio 2014. Boffo fu accusato da Vittorio Feltri, all'epoca direttore de *Il Giornale*, di essere un “noto omosessuale”. Sul caso Boffo leggi, fra i tanti, E. FITTIPALDI e N. TROCCHIA, «Così funzionava la macchina del fango. Vittorio Feltri ricostruisce il caso Boffo. Ecco i protagonisti del falso scoop che fece saltare il direttore di 'Avvenire'», in *L'Espresso*, 3 luglio 2014. Emiliano Fittipaldi è oggi indagato insieme a Nuzzi per la fuga di notizie legate a *Vatileaks*.

¹⁰ Eluana Englaro morì il 9 febbraio 2009. Il caso Englaro fu seguito anche dalla stampa internazionale. La manipolazione dell'informazione è la forma più sottile e anche la più vigliacca perché più di tutte orienta le coscienze verso false conclusioni, false aspettative, falsi desideri e, non ultimo, verso false opinioni. Questo rende urgente il richiamo.

¹¹ Già Giovanni XXIII, rivolgendosi ai giornalisti convenuti a Roma nel 1959, disse: «Vi è [...] una certa stampa che pecca gravemente contro la verità e contro la carità, mentendo per ispirare l'odio; stampa che

sembra avere quest'unico programma: avviare a perditione le anime semplici; ogni giorno travisare il vero [...]» (Giovanni XXIII, «*Is qui interfuerunt Conventui III Nationali de catholicorum scriptis, cotidie vel in dies certos vulgatis*», 4 maggio 1959, in *AAS*, LI - Series III - Vol. I, 361). Il 14 febbraio 2013 il dimissionante Benedetto XVI rivelò che «non il Concilio dei Padri, della fede, fu il vero Concilio, ma quello dei media. Il Concilio dei media è ancora dominante e provoca nella Chiesa la spaccatura tra progressisti e tradizionalisti».

¹² È lo *scoop* diffuso il 10 ottobre 2015 dal direttore del *Quotidiano Nazionale* (QN). Secca la smentita della Santa Sede: il Papa gode di buona salute. Il portavoce vaticano P. Lombardi ha poi ribadito che «la pubblicazione avvenuta è un grave atto di irresponsabilità, assolutamente ingiustificabile e inqualificabile. Ed è ingiustificabile anche continuare ad alimentare simili informazioni infondate. Ci si augura che questa vicenda si chiuda quindi immediatamente». Si veda anche la vicenda Scalfari-Vaticano. Imbarazzi e incomprensioni per i colloqui “interviste” aggiustate dall'ex direttore e fondatore di *La Repubblica*. Padre Lombardi ha chiarito che «non si può e non si deve parlare in alcun modo di “intervista” nel senso abituale del termine, come se si riportasse una serie di domande e di risposte che rispecchiano con fedeltà e certezza il pensiero preciso dell'interlocutore». Certo, «si può ritenere che nell'insieme l'articolo riporti il senso e lo spirito del colloquio fra il Santo padre e Scalfari», ma «le singole espressioni riferite, nella formulazione riportata, non possono essere attribuite con sicurezza al papa». Ecco qui alcuni casi in i lettori ingenui vengono manipolati. Scalfari ha infilato nell'intervista sue opinioni spacciandole per parole di papa Francesco.

¹³ Benedetto XVI, «I mezzi di comunicazione sociale...», *op. cit.*

¹⁴ Firma autorevole del giornalismo cattolico, Mimmo delle Foglie è oggi direttore del SIR, l'agenzia d'informazione dei vescovi italiani. Il commento è in *Adige*, in data 31 gennaio 2008, 61, rubrica *Lettere & Commenti*.

¹⁵ S. RODOTÀ, in *Repubblica*, 20 ottobre 1999, 1.

¹⁶ BENEDETTO XVI, «I mezzi di comunicazione sociale...», *op.cit.* Naturalmente la scelta, il bivio, è anche

per la carta stampata. Cfr. anche M. VARGAS LLOSA, «Lo scoop che uccide», in *La Stampa*, 25 agosto 2009, dove si riferisce il caso incredibile di un giornalista che uccideva per creare degli *scoop*.

¹⁷ Cfr. «Molti media favoriscono un progetto eutanasi-co», in *Avvenire*, 29 giugno 2011, 13.

¹⁸ La fallacia è la presentazione di errori nascosti nel ragionamento. Il termine deriva dal latino *fallere*, che significa ingannare. Cfr. A. MORRESI, «Quando la bioetica diventa un campo di battaglia», in *Avvenire*, inserto *È Vita*, 8 marzo 2012).

¹⁹ Cfr., M. ALLAM, «Le nozze gay suicidio dell'Europa», in *Il Giornale*, 4.2.2013, 13-14 Cfr. N. TILIACOS, «Politica per famiglie», in *Il Foglio*, 6.2.2013, 1.

²⁰ A. MORRESI, «Quel piano inclinato che ci abitua al peggio», in *Quaderni cannibali*, Aprile 2012. Cfr. anche *L'Osservatore Romano*, 3 settembre 2004.

²¹ Cfr. BENEDETTO XVI, «I mezzi di comunicazione sociale...», *op. cit.*

²² E. ROCCELLA, in *Corriere della Sera*, 25 maggio 2010.

²³ Cfr. C. PENSIERI, «La linguistica e il suo peso nella stampa e nella lingua», in <http://www.claudiopensieri.it/public/didattica/una%20penna%20per%20la%20vita.pdf>.

²⁴ Per i giornalisti la Strategia UNAR prevedeva anche un percorso “rieducativo” teso a «realizzazione percorsi formativi nelle scuole di giornalismo e premio giornalistico in collaborazione con l'Ordine dei Giornalisti e la Federazione Nazionale della Stampa Italiana con particolare riguardo alla categoria transessuali/transgender»; promozione di «eventi in occasione delle giornate celebrative: Giornata Internazionale contro l'omofobia e la transfobia (17 maggio), Coming Out Day (11 Ottobre) e T-Dor, Transgender Day of Remembrance (20 novembre), nonché di integrare le tematiche LGBT nell'ambito delle celebrazioni di altre Giornate dedicate ai temi della memoria e del contrasto ad ogni discriminazione, quali il Giorno della Memoria (27 gennaio), la Giornata Internazionale della Donna (8 marzo), ecc.