

# ORIZONT

REVISTĂ A UNIunii  
SCRITORILOR DIN  
ROMÂNIA

SERIE NOUĂ, 32 PAGINI

27 Iunie 2008

NR. 6 (1509),

ANUL XX

1 LEU

Editată în colaborare cu  
Centrul pentru Dialog  
Multicultural "Orizont"

6

[www.revistaorizont.ro](http://www.revistaorizont.ro)

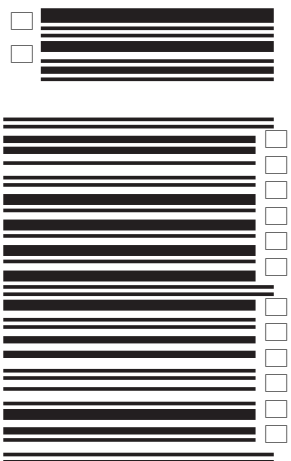
## MIORITA LA PADOVA



Foto Paolo Donà – Padova, Prato della Valle

## ITALIA DE CEALALTĂ PARTE 14-21

Număr realizat cu sprijinul Consiliului Local al Municipiului Timișoara



**DORU COVRIG**  
ARTĂ, O ÎNTRARE PE CARE  
NU O POȚI FORȚA

Pe vremea aceea era aproape imposibil să lucrezi în bronz. Ca să faci lucrări din bronz trebuia să furi bronzul de undeva. La primărie era un tip, și el artist, care făcuse rost de un bust al lui Stalin de vreo 200 de kg. Mi-a spus că mi-l dă la topit dacă-l facem juma/juma. Zis și făcut. M-am dus la primărie într-o duminică cu o mașină manuală de tăiat metal și am tăiat bustul în bucăți. Capul l-am tăiat în două, ca să nu se vadă că a fost Stalin și după aceea am început împărțeala. Unul a luat un umăr, altul o ureche, unul mustața, altul căciula. L-am transportat cu mașina la atelier și am ascuns bucățile de bronz în grădină printre bălării. Era ca un ritual sacru. Am făcut rost de creuzete și am început topitul cu mustața, că prea era un semn distinctiv.

4-5, 31

**IULIAN BĂICUS**  
ELIADE ȘI NOICA ÎN ARHIVA  
C.N.S.A.S.

... Efectul secundar, pervers chiar al acestei operațiuni de filaj și de încălcare a dreptului la intimitate a fost de fapt obținerea unei cantități foarte mari de informații, care altfel s-ar fi pierdut. Tot din corespondența dintre Constantin Noica și Sanda Stolojan aflăm câteva momente semnificative ale meciului dintre filosof și Securitate, inclusiv momentul când acesta a fost întors de la graniță și acuzat că a vrut să scoată clandestin din țară mai multe obiecte din patrimoniul cultural național, și că de fapt Constantin Noica ar fi plănuț să scrie o carte despre opera amicului său de tinerețe, că lectura tuturor cărților ar fi durat aproximativ doi ani și că nu era atât de familiarizat cu conceptele de istoria religiilor, pentru care ar fi trebuit să depună un efort suplimentar în vederea documentării.

6-7

**BRUNO MAZZONI**  
PRECUM ZARURILE  
ARUNCATE PE MASA DE  
JOC

14-15

**CLAUDIO MAGRIS**  
ADEVARATA NOASTRĂ  
MALADIE

16

**LORENZO RENZI**  
MIORITA LA PADOVA

17

**GIOVANNI RUGGERI**  
ROMANIA, O IMAGINE  
TRADATA

21

# ROMÂNIA. O IMAGINE TRĂDATĂ

## PREJUDECAȚI, CARENȚE ȘI DISTORSIUNI ÎN PRESA ITALIANĂ

### GIOVANNI RUGGERI

**Afrodita Cionchin:** *Sunteți un jurnalist și eseist italian apropiat de civilizația și cultura română, după cum o dovedește și cel mai recent volum care vă poartă semnătura, *Le icone su vetro di Sibiel – (Icoanele pe sticlă din Sibiel)*, Città Aperta Edizioni, Troina, 2008 – îmbogățit de prefața Arhiepiscopului de Sibiu și Mitropolit al Transilvaniei, ÎPS Dr. Laurențiu Streza, și de o mărturie originală a Pr. Prof. Dorin Oancea, fiul Părintelui Zosim Oancea – un volum care propune publicului italian o altă imagine a României și a românilor, din perspectiva tradițiilor populare și creștine ortodoxe, ca și a creativității artistice: istoria icoanelor pe sticlă din Transilvania, o amplă și detaliată prezentare a celor mai importante icoane ale colecției din Sibiel, povestea fidelă a nașterii și dezvoltării Muzeului Zosim Oancea, care găzduiește cea mai mare expoziție de icoane pe sticlă din Transilvania existentă astăzi. Cartea a apărut și în edițiile în engleză, germană, franceză și română. În cele ce urmează, însă, aș dori să ne oprim la problematica de stringentă actualitate care vizează imaginea românilor din Peninsula așa cum este ea reflectată în presa italiană. V-aș propune astfel să încercăm, din perspectiva jurnalistului italian, o analiză mai aprofundată a acestei chestiuni care a fost prea puțin tratată în întreaga ei complexitate. În ce termeni ați caracteriza, așadar, situația românilor din Italia, între realitate și percepție?*

**Giovanni Ruggeri:** Rom, Mutu, Ramona Bădescu. Și, jolly valabil în orice situație, Dracula. Imaginea predominantă a României prezentă în acest moment în opinia publică italiană – și prin concursul unei presei care nu oferă elemente semnificative de cunoaștere în acest sens, nici posibilitatea aprofundării – nu depășește locurile comune care, în general, nu au nimic de a face cu realitatea mult mai complexă (și bogată) a țării dumneavoastră. Mai mult, să spunem deschis: în acest moment, imaginea generală a României (și, deci, a românilor) atinge, în opinia publică italiană, minimele sale istorice. Vina jurnaliștilor italieni, ignoranți și răuvoitori? Vina românilor din Italia, răufăcători și ignoranți? Realitatea iese cu siguranță din cadrele comode ale banalizării și necesită o abordare diferențiată. În acest caz, fără pretenția unei competențe sociologice – pe care nu o am – ori a unei analize jurnalistice complete – care ar depăși acest spațiu – aș propune câteva chei de lectură a actualului scurtcircuit mediatic din Italia în ceea ce privește «cazul România», plecând de la anumite coordonate interpretative elementare și indispensabile deopotrivă.

Ar fi șase principale puncte de reper. Primul: zidul Berlinului, înainte încă de a fi fost ridicat în realitate, într-un teritoriu bine determinat, a fost construit în spirit și prin ignorarea a ceea ce se află "dincolo de"; relativ ușor de doborât cel dintâi, mai complicat și de lungă durată celălalt. Punctul doi: presa italiană tinde, în general, să urmărească imediatetea, cronica momentului, acordând maximă atenție la ceea ce chiar din ziua următoare începe să fie dat uitării. Punctul trei: în mare parte zărele sunt făcute "la cald", ceea ce înseamnă că reacția primă la un eveniment (în special când e vorba de "cronica neagră") stă aproape exclusiv sub impulsul momentului și ține de emotivitate, de senzațional (care "se vinde bine"); de-abia după aceea, în zilele următoare, se fac (în cazurile serioase) distincții, aprofundări; însă impactul determinant, cel din prima zi, lasă un semn emotiv greu de modificat. Punctul patru: redacțiile sunt bombardate zilnic de un flux de știri transmise de agențiile naționale

și internaționale, față de care intră în funcțiune o serie de automatisme selective ce sfârșesc prin a crea clișee și filtre repetitive care, pe termen lung, se dovedesc contraproductive (lucru valabil nu doar pentru România și Europa de Est, ci și, spre exemplu, pentru Orientul Mijlociu, Asia etc.); dacă la aceasta se adaugă faptul că spațiul pentru anchetă și reportaj, rod al inițiativei și al căutărilor proprii ale jurnalistului, este din ce în ce mai trunchiat de necesitățile brutale de timp limitat și finanțări reduse, se poate înțelege cum știrile lansate de agenții (preluate cu maximă emotivitate de televiziuni și într-o oarecare măsură reelaborate de unele săptămânale mai "atente") sfârșesc prin a monopoliza scena comunicării mediatice naționale. Mai mult, în cazurile de "cronica neagră" din ultima vreme care au avut ca protagoniști cetățeni de naționalitate română, ceea ce complică lucrurile – și acesta ar fi punctul cinci – este intoleranța unei părți consistente a opiniei publice italiene față de actele criminale comise de imigranți, într-un crescendo ce a dus la exacerbarea (și exagerarea) chestiunii privind "siguranța", aspect în care o zonă a politicii italiene a văzut un bun motiv de competiție electorală. În fine, pentru a nu lăsa pe nimeni la o parte, nu trebuie trecut sub tăcere – și suntem la punctul șase – faptul că autoritățile din București au făcut practic prea puțin pentru a favoriza (prin evenimente specifice și campanii de comunicare care ar fi fost absolut necesare) difuzarea în Italia a unei imagini pozitive a României și a românilor, care să corespundă cu marea bogăție culturală și umană a acestei țări.

– *S-ar putea vorbi aici, în background, de "prejudecăți emotive" în abordarea și tratarea acestui subiect?*

– Nu trebuie să uităm faptul că, pentru marea majoritate a italienilor, tot ceea ce până în 1989 (iar pentru unii chiar până cu câțiva ani în urmă, dacă nu chiar până în prezent) se afla și se întâmpla dincolo de Triest era învâluit de tăcere, excludere, ignoranță. Europa de est nu exista nici măcar ca și categorie geopolitică: în imaginarul colectiv al italienilor (iar jurnaliștii nu trăiesc nici ei într-o altă Italie), existau pur și simplu așa-numitele țări comuniste, Cortina de fier, absența libertății, miliția care spiona tot și pe toți (ca în excepționalul film *Viețile altora* al regizorului Florian Henckel von Donnersmarck), sărăcia, frigul. Un bloc unic care aici era aproape total ignorat. Nu se concepea că în aceste țări ar fi putut să existe o artă, o literatură, o muzică, o cultură, în fine, ceva frumos și pertinent. Această perspectivă este cu atât mai valabilă pentru România, cu rigiditate închisă în timpul comunismului, iar apoi deschisă aproape exclusiv spre două tipuri de schimburi care vizează, pe de o parte, imigrația economică – într-o primă fază – a românilor în Italia și, pe de altă parte, prezența în România a întreprinzătorilor italieni (nu în puține cazuri de un dubitabil profil etic și cultural), în vreme ce Polonia, spre exemplu, a avut parte de acel extraordinar și surprinzător "ambasador" care a fost Papa Wojtyła. Când, în 2002, așadar nu în epoca pietrei, am început să vin în România pentru a scrie reportaje cu caracter turistic și cultural, colegii și prietenii – chiar persoane deschise, inteligente – mă priveau cu un amestec de incredulitate și compasiune prost camuflată. "Pentru ce mergi în România? Ce ai de văzut acolo, în afară de sărăcie și mizerie?"

Această prejudecată de fond – pe care aș defini-o mai degrabă emotivă și, bineînțeles, rod al unei prelungite și injustificabile ignoranțe – acționează puternic în redacțiile italiene (și nu numai), chiar dacă există și



în Italia o seamă de figuri remarcabile de colegi de breaslă spre care se îndreaptă întreaga mea admirație, începând cu Tiziano Terzani, Ettore Mo, Paolo Rumiz până la alții mai puțin cunoscuți dar la fel de atenți și eficienți. Rămâne însă faptul că nu sunt ei cei care "dictează" tonul, unghiul de vedere și de prezentare a știrii: "mecanismul redacțional" – responsabilii de rubrică, redactorii-șefi și uneori directorii înșiși – nici nu își imaginează cât de frumoase sunt locurile ca Maramureșul ori mănăstirile din Bucovina, bisericile și orașele fortificate din Transilvania sau extraordinara Deltă a Dunării, și nu a auzit vorbindu-se probabil niciodată de poezia, muzica și pictura românească, de Eminescu, Enescu, Grigorescu, și nu are idee câți oameni de studiu și specialiști în diferite domenii provin de la Universitățile din Iași, Timișoara, București, Cluj, Craiova... Victima acestui "imprinting" despre care am vorbit (comprehensibil ca origine, nejustificabil ca durată) se găsește aproape întotdeauna în situația de a nu se întreba și deci de a nu căuta să afle dacă, dincolo de negativul binecunoscutelor și limitatelor fenomene de devianță socială, România poate să exprime și ceva pozitiv. Așadar, după cum spune proverbul, nu reușește să vadă că uscăturile care provoacă mult zgomot stau într-o pădure întregă și sănătoasă care crește în tăcere.

– *Încercând totuși, să punem punctul pe "i", cât este realitate, exasperare și instrumentalizare în reflectarea în presă a imaginii românilor în Italia?*

– E imposibil să negăm faptul că presa italiană reflectă azi o situație socială obiectiv delicată, care cere pe bună dreptate o mai mare siguranță, însă această temă a siguranței este adesea instrumentalizată și exasperată de către o anumită arie a politicii. Fără umbră de dubiu, Italia a cunoscut în ultimii douăzeci de ani un flux imigrațional care, pe de o parte, a adus un aport semnificativ economiei naționale italiene, însă, pe de altă parte, din vina unei minorități "restrânse" dar generatoare de prejudicii, alcătuită din etnii diferite, a creat în anumite cazuri probleme serioase de ordine publică (furturi, jafuri, crime, prostituție) care nu au fost înfruntate întotdeauna cu fermitatea necesară de către autoritățile italiene. Din păcate, imigranții români și cu atât mai mult romii români au fost, din punct de vedere cronologic, ultimii care au ajuns în Italia, intrând într-un context social nu în puține rânduri exasperat de formele deviate ale imigrației. A trebuit să se întâmple – pe nedrept, evident – ca tocmai românii să-și atragă iritarea și intoleranța mai mult sau mai

puțin latentă, provocată de ciclurile migratoare precedente. Dacă ținem apoi cont de faptul că o bună parte a presei a contribuit, mai mult *volens* decât *volens*, la înfierbântarea emotivă a spiritelor în ceea ce privește problema siguranței, e ușor de înțeles care sunt consecințele pe care România și românii – prin aceste locuri comune nejustificate – trebuie să le suporte astăzi în planul imaginii publice.

– *Până acum am insistat, pe drept, asupra rolului presei italiene în această situație. V-aș întreba, la final: dar de cealaltă parte?*

– În cadrul responsabilităților circumscrise actualei imagini colective problematice a României în Italia (de altfel, sunt sigur că viitorul va face dreptate României, pe care personal o iubesc mult), trebuie să semnalăm, din păcate, și substanțiala absență a guvernului român care – pentru a rămâne numai în planul comunicării – a făcut practic prea puțin pentru a promova imaginea României în Italia prin strategii adecvate de comunicare în masă. În afara inițiativelor laudabile ale Accademiei di Romania din Roma și ale Institutului Român de Cultură și Cercetare Umanistică din Veneția (care prin natura lor se adresează cu precădere elitelor, unui cerc limitat de specialiști), și, de asemenea, în afara activității extraordinare de promovare turistică a Oficiului Român de Turism din Roma (căruiua mă îndoiesc că îi sunt acordate, de la București, resursele necesare unui marketing susținut pe întreg teritoriul italian), România nu a avut practic o politică de comunicare și promovare pe scară largă în Italia. Și totuși, țara dumneavoastră are un mare patrimoniu cultural: la nivel înalt, academic, dar și popular, dacă ne gândim numai la muzică, folclor, tradiții (ca să nu mai vorbim de imensa bogăție a naturii și a istoriei, de valorizat și din punct de vedere turistic). Ne plângem, și pe bună dreptate, că astăzi presa italiană nu vorbește (sau vorbește prea puțin) și de bine despre România: dar ce face România pentru a vorbi sau a face să se vorbească bine despre ea, pentru a se prezenta în Italia în formele sale cele mai frumoase și prețioase? Pentru că România reprezintă o mare bogăție pentru Europa întregă, are însă nevoie de oameni care să-i dea voce și chip. Ar fi bine ca Bucureștiul să se gândească serios la acest aspect. Să nu uităm că responsabilitatea pentru ignoranța noastră, a italienilor (inclusiv jurnaliștii), nu exclude pe nimeni.

Interviu realizat și tradus de  
AFRODITA CARMEN CIONCHIN