

STORYTELLING VATICANO

«Il pubblico vuole valori tradizionali»

Fumagalli esamina le sfide mediatiche della Chiesa di oggi, ancora indietro rispetto a Papa Francesco, e spiega: «Le emozioni contano più della ragione»

■■■ ALESSANDRO RIVAI

la famiglia tradizionale, eppure i gusti del pubblico vanno in direzione opposta...

«È proprio così. Uno dei problemi principali per cui il cinema europeo fatica ad arrivare ai numeri di incasso del cinema Usa è che troppo spesso ha una visione individualistica e amara, senza speranza. D'altra parte non è necessario essere superficiali per incassare tanto. Non a caso, i due film europei recenti che hanno incassato di più (circa 400 milioni l'uno) negli ultimi anni sono *Quasi amici* e *Il discorso del re*, che sono film profondi ed emozionanti, ma "umani" e aperti alla speranza. E nella

tabella dei più grandi incassi di tutti tempi, dalla saga di *Harry Potter* a *Il Signore degli anelli*, da *The Avengers* fino addirittura a *Fast and Furious 7*, ci sono quasi esclusivamente film che sono ancorati solidamente a un set di valori che possiamo chiamare sinteticamente "tradizionali".».

Papa Francesco ha dato una scossa al mondo della comunicazione cattolica, ma non tutti nella Chiesa sono pronti a seguirlo su questa via. Facciamo una rapida disamina di questo mondo, tra sfide, aperture e rigidità?

«Il compito essenziale della Chiesa cattolica è l'annuncio della Redenzione. È essenzialmente un compito comunicativo. Oggi le grandi realtà che hanno a che fare con la comunicazione (enti, aziende ecc.) investono non tanto sui mezzi tecnici, ma sulle persone e sulla loro professionalità. Tutti i Papi dalla seconda metà del XX secolo in poi sono stati grandissime personalità e hanno detto cose di grande rilevanza, ma se prendiamo la Chiesa come istituzione, l'investimento su professionalità del-

Vestimenti da professionista del

a comunicazione per far arrivare il messaggio non distorto, e farlo arrivare forte e chiaro, è ancora un motivo parere quello di un'altra era. Ci sono stati e ci sono passi avanti, ma la strada da percorrere è ancora assai lunga. Poi Papa Francesco ha donato il dono di parlare usando immagini vive, esempi semplici e chiari, aneddoti, con una forma di comunicazione che gli deriva dalla sua esperienza di rapporto con la gente semplice di Buenos Aires. È un tipo di comunicazione che "sbuca" i cancelli dell'apparato informativo: diventa facilmente notizia, titolo di giornale... e la sua testimonianza di povertà ha giustamente conquistato tutti».

«L'uomo moderno ha bisogno di chiarezza... va al cinema, tutto gli appare chiaro... apre la radio e la televisione e tutto gli riesce comprensibile... va alla Messa e di quello che lì si svolge non capisce niente». Questa è una frase dell'arcivescovo Monzini, il futuro Paolo VI, del 1957. Siamo ancora a questo punto?

«Allora la Messa veniva celebrata ancora in latino. Nei lavori preparatori del Concilio, come ricorda Andrea Tornielli nella sua biografia, Paolo VI era favorevole a mantenere una parte della Messa in latino, ma a passare alle lingue moderne per le letture e altre parti, proprio per un fatto di comprensibilità. Ma al di là di questo aspetto concreto quello che possiamo osservare è che rispetto agli anni '50 la comunicazione "laiica" (cinema, serie tv, spot, reality show, pagine pubblicitarie sui giornali e Internet) ha fatto enormi passi avanti: è diventata molto più colorata, convincente, seduttrice, coinvolgente. La comunicazione della Chiesa ha fatto qualche pas-

so avanti, ma molti meno. Dovrebbe innestare il turbo...».

Benedetto XVI è stato un pontefice straordinario eppure al centro di un colossale misunderstanding mediatico, perché?

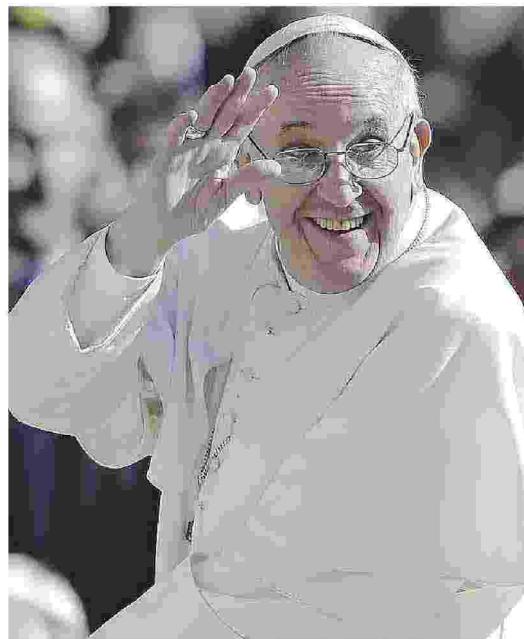
«Nel libro sostengo che nella comunicazione le emozioni contano molto, spesso assai più della ragione. E Benedetto XVI è stato accolto da emozioni prevalentemente negative, dettate da pregiudizi che si sommavano contro i tedeschi, contro i teologi e contro il Sant'Uffizio e la Santa Inquisizione, tre macroaree di pregiudizi che sono andati a sommarsi in una sola persona. E lui non aveva *spin doctor* (come hanno i governi e i politici) che lavorassero per abbattere questi pregiudizi. Erano assai pochi a leggere i suoi bellissimi discorsi e le sue bellissime encicliche. Erano molti a cercare di coglierlo in fallo su qualsiasi cosa dicesse e che si potesse interpretare contro di lui».

Da anni cura la rassegna cinematografica di Scegliere un film (da poco è in libreria l'ultimo volume curato con Raffaele Chiarulli), in cui esamina sia la componente narrativa delle pellicole sia il loro portato antropologico. Qual è la sua personale classifica della passata stagione?

«Sceglierò film di generi diversi. Uno fra i più belli in assoluto è *Trash*, scritto da Richard Curtis (sceneggiatore di *Notting Hill*) e ambientato nelle favelas brasiliene, un thriller che parla di corruzione, ma anche di speranza e di solidarietà. Fra i cartoni animati *Big Hero 6* della Disney. Fra i film romantici *Cenerentola*, un superclassico che non ha avuto bisogno di inventare niente, ma è molto ben confezionato. Tra i film d'azione *American Sniper*. Fra i film europei *Non sposate le mie figlie*: una commedia divertente, ma che difende un'idea importante: non è necessario rinunciare alla nostra cultura e alle nostre tradizioni per far sì che gli stranieri si sentano a casa. Tra i film italiani metterei *Se Dio vuole*, un'altra commedia che aiuta a riflettere su un tema importante: la fede e la vocazione».

Perché ha voluto dedicare due capitoli del libro a Giovanni Paolo II e san Josemaría Escrivà?

«Oggi molti intellettuali tendono a sottovalutare l'importanza della semplice "presenza" sui canali televisivi principali: invece sono convinto che la stessa presenza fisica di Giovanni Paolo II e di conseguenza la sua presenza televisiva (enormemente più ampia del suo predecessore) abbia avuto un ruolo assai importante. Nel capitolo a lui dedicato ho voluto ripercorrere l'impatto che ebbe a fine anni '70 questo Papa giovane, con una voce forte e calda, con una presenza fisica evidente, sulla percezione che si ebbe della "rinascita" della Chiesa. Quanto a Escrivà, mi sembra che i principi che ha sempre cercato di diffondere sull'assunzione di responsabilità da parte dei laici, sul non aver timore di essere presenti nei luoghi più "caldi" del mondo professionale e della cultura, sul superare qualsiasi complesso di inferiorità - lascito di vecchi clericalismi - siano di grande attualità per tutta la Chiesa, e in particolare per chi lavora nel mondo della comunicazione. Non scende a dettagli tecnici, dà alcune idee teologico-spirituali di fondo, ma sono idee di grandissima fecondità».



ESEMPI DI SUCCESSO

Papa Francesco, capace di entrare in sintonia con i media. Al centro, Rabbia, Disgusto, Gioia, Paura e Tristezza in una scena del film d'animazione della Pixar «Inside Out» (2015), basato su un'idea del regista Pete Docter. In alto, Bradley Cooper nei panni di Chris Kyle, eroe del film «American Sniper» (2014) diretto da Clint Eastwood