

L'ANALISI DELLA COPERTINA/1

Famiglia Cristiana, emotività contro pecore che puzzano

ATTUALITÀ

12_08_2018



**Riccardo
Barile**



«Ecco il deodorante per le pecore!». Questa è la prima impressione di fronte alla copertina di FC (Famiglia Cristiana) in edicola il 26 luglio scorso e con il monito “*Vade retro Salvini*”. Sì, perché i pastori devono assumere l’odore delle pecore e le riviste

cattoliche anche, ma quando le pecore puzzano in modo indebito o insopportabile, allora ci vuole qualche correttivo, che all'inizio è un deodorante, ma che in seguito si spera ottenga l'effetto non solo di coprire il cattivo odore, ma di convincere le pecore a cambiare odore. Il che si ottiene in modo più sottile anche con momenti di preghiera per pecore più selezionate e con preghiere dei fedeli sostenute da "affinché" e "perché" quanto mai sofisticati: "Perché rinasca la solidarietà", "Affinché sappiamo apprezzare la diversità come ricchezza profusa nel mondo e nella Chiesa" (la diversità naturalmente evoca anche altro e ben noto oltre i migranti) ecc.

Uscendo dall'ironia, mi pare che un'ulteriore riflessione sulla copertina di FC sia utile, evitando di toccare argomenti già toccati sulla *Bussola*, tipo "Quale Vangelo?", e considerando la copertina come una "punta di iceberg" simbolica di una massa di reazioni e impostazioni che di fatto la sostengono, anche se non sono esplicitate.

I. LO SCONTRO TRA DIVERSI PRESUPPOSTI

La copertina di FC sembra presupporre, oltre Salvini, una maggioranza o una consistente minoranza xenofoba, non accogliente, non cristiana.

Ora nessuno contesta seriamente la solidarietà e la diversità come ricchezza; nessuno è indifferente ai morti in mare; nessuno sottovaluta il lavoro e il buon inserimento sociale di tanti stranieri migranti non solo africani ma anche africani, ad esempio quelli che a Milano affollano la prima corsa della metropolitana prima delle 6 del mattino per recarsi al lavoro.

Non tutti coloro che hanno votato Lega apprezzano i toni pubblici di Salvini.

Molti però non sono d'accordo con la pregressa soluzione Bonino - prendiamoli tutti noi, poi si vedrà -; molti si domandano per quale strano procedimento le ONG, organizzazioni "non" governative, debbano di fatto condizionare la politica del governo, che invece è "governativo" senza "non"; molti sono insofferenti di fronte alla delinquenza o anche all'indisciplina, compresa l'insofferenza verso i mendicanti che in treno ti postano un biglietto con la richiesta di soldi mentre tu ti domandi se loro hanno pagato il biglietto ecc.

Alcuni pensano che accogliere migranti in casa o in parrocchia è un gesto simbolico di altissimo valore, ma non sostituisce l'esigenza di una politica e la politica precedente non era l'unica e poteva essere cambiata, anche in senso cristiano, salvando i due principi della partecipazione altrui alle proprie ricchezze e dei limiti per una integrazione reale (cf CCC 2241).

Alcuni pensano che la soluzione di accogliere i migranti perché "facciano figli" a rimedio della denatalità italiana è uno svendere il nostro patrimonio culturale e cristiano invece di donare qualcosa a loro, una sorta di eutanasia sociale.

Pochissimi poi - com'è invasivo il condizionamento dei media! - riflettono sul fatto che la questione dei migranti comprende cittadini dell'Europa dell'Est, dell'Asia e dell'America Latina, verso i quali ci si sta rapportando senza presunte xenofobie e razzismi, per cui la problematica non può essere ridotta a quanti provengono dalle coste del Nord Africa.

La copertina di FC non dà voce a questo insieme di considerazioni e fin qui è una scelta possibile e lecita; in realtà le demonizza e questo è inaccettabile, anche se la demonizzazione parte da alcuni reali eccessi (verbali), in nome dei quali tuttavia non è lecito demonizzare tutta la realtà che sta sotto.

II. UNA MENZOGNA MEDIATICA

"Niente di personale". Ma che, scherziamo? Ci prendono tutti per imbecilli? Posso senz'altro credere che l'intenzione retta fosse appunto "niente di personale", ma il risultato oggettivo è un attacco personale al ministro Matteo Salvini: in ciò la copertina è di una chiarezza inequivocabile. Con la recrudescenza cristiana del "Vade retro Salvini" che evoca il "Vade retro Satana". E poi la mano tesa contro Salvini non è di qualche prete di strada o delle periferie, ma di un curiale, vescovo, arcivescovo se non Papa: lo si deduce dalla tipica "pellegrina", cioè la mantella che appare tra il torace e il braccio ed è segno del governo effettivo di una diocesi o di tutta la Chiesa (ed infatti Ratzinger non la indossa più). Dunque i preti di strada non sempre servono e qualche volta viene meglio usare soggetti in vesti curiali: oh... la ricchezza della diversità!

Qui però il caso si fa professionalmente serio, perché posso capire che un ipotetico abitante della foresta privo di cellulare e di carta stampata non sia in grado di valutare quale è il messaggio oggettivo di una copertina, ma lo stesso vale per un gruppo di giornalisti? Per cui, ammesso che la copertina è un attacco "personale" a Salvini, dire "non è vero" è una bugia; dire "non era questa la nostra intenzione" è frase che può senz'altro essere accolta, ma con la conclusione che se costoro, dopo la buona

intenzione, hanno prodotto un attacco personale e non sono in grado di accorgersene, beh... è il caso che cambino mestiere e, se il sottoscritto fosse parroco, non li scritturerebbe neppure per il bollettino parrocchiale.

III. UNA SCELTA DELLE EMOZIONI AL POSTO DEL LOGOS

Ricordate la questione rispolverata da Ratzinger sulla musica apollinea e dionisiaca in relazione alla musica liturgica? La musica apollinea riporta i sensi all'interno dello spirito e tende alla bellezza e all'armonia del Logos - la luce intellettuale, la ragione, il Verbo, Pensiero/Figlio sussistente del Padre -, per cui è musica "secondo il Logos". La musica dionisiaca invece trascina l'uomo nell'ebbrezza dei sensi, calpesta la razionalità, sottomette lo spirito ai sensi, è priva di armonie razionali, provoca l'intontimento e lo sballo.

Ebbene, la copertina di FC obbedisce a una scelta "dionisiaca", cioè il privilegiare la formazione di una emozione forte, di "basso ventre", contro Salvini e la politica non solo sua ma del governo, dando pochissimo spazio a una via secondo il Logos, cioè a un invito a ragionare sul problema e ad analizzarlo.

Mi si obietterà: "Ma dai uno sguardo all'indice e vedrai quanti interventi argomentativi!". Vero. Chi però si interessa anche un poco di comunicazione, sa che la comprensione delle idee chiare e distinte, degli interventi stessi dell'avversario al quale si dà volentieri spazio, sono filtrati prima e valutati poi da un contesto di sottofondo positivo o negativo costruito ad arte e con somma cura. Così, dopo quella copertina, il lettore non sarà in grado di valutare i ragionamenti degli articoli dell'interno - quello che è giusto e quello che è carente - e sarà in ogni caso "contro Salvini". Esattamente come uno, dopo aver ascoltato ad alto volume una intensa musica da sballo, non sarà in grado di apprezzare un preludio o una fuga di Bach eseguiti subito dopo.

Ora, mi pare che dovrebbe essere compito della comunicazione cattolica non costruire queste trappole emozionali e invece avviare a considerazioni secondo il Logos.

Mi si obietterà: anche Salvini - e con lui tutti gli altri, ecclesiastici compresi - usa su Twitter frasi brevi e dionisiache o emozionali. Vero. Ma non è un argomento per seguire lui e gli altri. Per questa volta va tuttavia dato atto a Salvini di non essere caduto nella trappola, cioè di non aver risposto allo stesso livello emozionale con battute di infimo profilo, ma di aver rinunciato a dare lezioni di cristianesimo e aver parlato di perdono. L'ha fatto unicamente per furbizia politica? A parte il fatto che un giudizio del genere non è lecito, quand'anche così fosse, Salvini si è dimostrato politicamente e

comunicativamente molto più scafato degli ideatori della copertina di FC.

A questo punto, messe da parte le questioni prevalentemente di metodo comunicativo, è preferibile entrare nel cuore dell'argomento riprendendo le istanze del punto I. Alla prossima volta.

Continua - 1