

Image not found or type unknown



LONDRA

Se pregare il Padre Nostro è "offensivo"

LIBERTÀ RELIGIOSA

27_11_2015

img

Image not found or type unknown

Image not found or type unknown

Il Padre Nostro, la preghiera insegnataci da Gesù, può risultare offensiva per qualcuno? Sì, secondo le tre maggiori catene di cinema britanniche, Cinemaworld, Vue e Odeon, hanno deciso di non proiettare il messaggio promozionale della Chiesa Anglicana, *Just Pray*, in cui persone di ogni colore ed estrazione sociale, a partire dall'arcivescovo di Canterbury, Justin Welby, recitano il Padre Nostro. Il breve [video](#) doveva andare sugli schermi prima del prossimo sequel di *Guerre Stellari*, *il Risveglio della Forza*, in uscita per il 18 dicembre, una settimana prima di Natale. Era previsto che fosse vista da una audience di almeno 5 milioni di persone. Ma non sarà nella stragrande maggioranza delle sale. E, per una volta, cristiani, musulmani e atei sono uniti contro questa incredibile decisione.

I boicottaggi contro film e opere di ispirazione cristiana sono abbastanza frequenti di questi tempi. Pensiamo solo, restando in Italia, all'accoglienza ricevuta da film come *Katyn* (proiettato solo nelle parrocchie) o *Cristiada* (arrivato con grandissimo

ritardo e su un circuito limitato). Ovviamente le giustificazioni sono sempre di natura tecnica o commerciale: la stagione è sempre quella “sbagliata”, il soggetto “non attira il pubblico” (salvo che poi i cinema parrocchiali scoppiano di gente) e cose simili. Nel caso della censura al video *Just Pray*, però, la motivazione della concessionaria di pubblicità Dcm (di proprietà di Odeon e Cinemaworld) è abbastanza esplicita: “Alcune pubblicità – anche inavvertitamente – posso oltraggiare coloro che credono in differenti idee politiche, così come in differenti religioni o non hanno alcun credo. Da questo punto di vista, la Dcm pone sullo stesso piano tutte le convinzioni politiche e religiose”. Quindi: il Padre Nostro sarebbe “offensivo”. Le stesse tre catene di cinema, stando a quanto rileva il quotidiano conservatore britannico *The Daily Mail* (quello che ha scoperchiato il caso), è solita proiettare, prima di film per bambini, anche pubblicità di alcolici (e gli alcolici, in Gran Bretagna, sono vietati ai minori di 15 anni), oppure spot di videogiochi violenti Vm 18. Non si è mai posta troppo il problema di cosa possa offendere o no il pubblico, da un punto di vista morale. Dal punto di vista politico, nel corso della campagna per il referendum indipendentista scozzese, la Dcm aveva distribuito nelle sale gli spot sia del Sì che del No. E aveva ricevuto una valanga di proteste da parte dei sostenitori di entrambe le parti. Per una questione molto più divisiva (nel senso letterale del termine) quale una secessione, gli spot erano stati proiettati fino all’ultimo, tenendo fede al principio di libertà di espressione.

Fin dalla scorsa primavera tutto stava procedendo tranquillamente. A maggio, la Dcm aveva offerto alla Chiesa d’Inghilterra uno sconto del 55% per incoraggiare la diffusione del suo spot. Le autorità erano d’accordo: il video si era guadagnato l’*Universal Classification* (adatto a tutti i tipi di pubblico) dalla Bbfc (British Board of Film Classification) ed era stato approvato dalla Caa (Cinema Advertising Association) senza riserve. Cosa sia cambiato non si sa. Ma secondo l’inchiesta del *Daily Mail*, è avvenuto un cambio abbastanza improvviso di direzione del consiglio d’amministrazione della concessionaria nel mese di agosto. Il motivo? Odeon, Cinemaworld e anche Vue avevano posto il veto. Alla fine di agosto, la Chiesa di Inghilterra si era rivolta alla Dcm, ottenendo risposte rassicuranti. Ma il 16 settembre è arrivata un’altra doccia fredda, con un’email mandata dal direttore finanziario della concessionaria al responsabile della comunicazione della Chiesa, il reverendo Arun Arora: “Dopo aver esaminato a fondo la vicenda, sono spiacente di comunicarle che non siamo nelle condizioni di procedere con la campagna proposta dalla Chiesa di Inghilterra. La Dcm segue una politica di non diffusione di pubblicità legate a un credo personale. I nostri membri hanno pensato che proiettare questo video comporti il rischio di offendere, o oltraggiare certi settori del pubblico. Noi alla Dcm abbiamo avuto un’esperienza di prima mano quando abbiamo

ricevuto numerosi commenti negativi dal pubblico dopo la nostra decisione di distribuire le campagne sia del Sì che del No prima del voto sull'indipendenza scozzese. Dopo quanto appreso da questa lezione, il consiglio di amministrazione della Dcm ha preso la decisione di non proiettare più pubblicità riguardanti la politica o la religione”.

Politica e religione, però, non sono la stessa cosa. O sì? La Chiesa di Inghilterra, sin da quando nacque sotto Enrico VIII (1491-1547), è una Chiesa di Stato. Al suo vertice non c'è l'arcivescovo di Canterbury, ma la regina Elisabetta II. Censurando la sua pubblicità “perché potrebbe offendere il pubblico”, la concessionaria pubblicitaria più importante dei cinema inglesi, ha di fatto censurato la regina. Ai tempi di Enrico VIII le teste dei suoi consiglieri d'amministrazione avrebbero ornato i ponti del Tamigi. Al giorno d'oggi i tempi son cambiati. L'arcivescovo di Canterbury, Justin Welby, si limita a constatare che le motivazioni di questa censura preventiva siano ridicole: “Sarebbe come dire che una messa natalizia possa offendere qualcuno”. E minaccia di far causa alla concessionaria di pubblicità per discriminazione religiosa. Secondo il premier conservatore David Cameron, questa decisione è “ridicola”. Secondo il sindaco di Londra, il conservatore Boris Johnson, è “un oltraggio”. Ma la reazione più imprevedibile è giunta dalla comunità musulmana (per “tutelare” la quale si è deciso di provvedere alla censura) che ha preso le difese dei connazionali cristiani. L'autocensura è “incredibilmente sconcertante”, secondo Ibrahim Mogra, vice-segretario del Muslim Council of Britain. Ma anche Richard Dawkins, biologo e ateo militante (la versione inglese di Odifreddi) ha preso le difese della libertà di religione in questo caso: “Se qualcuno si ritiene offeso da una preghiera, merita di essere offeso”.

In ogni caso, per ora la censura resta. Prossimamente sugli schermi inglesi andrà, invece, senza problemi, la pubblicità di promozione delle politiche dell'Onu contro la povertà. Con Liam Neeson che recita “la voce di Dio”. E' la nuova religione globale?