



Giovanni Paolo II ieri a Trento

Capodanno/Ansa

«La pubblicità vi ruba l'anima» Il Papa ai giovani: «Non cedete al conformismo»

La seduzione della pubblicità e degli spot televisivi è stata denunciata ieri da Giovanni Paolo II. C'è il rischio che la fragile identità di un giovane possa «finire in frantumi». La rievocazione del Concilio di Trento 450 anni dopo.

ALBERTO SANTINI

CITTÀ DEL VATICANO «In questa nostra società dei consumi e dell'immagine un adolescente un giovane che sta formando la propria identità corre il rischio di perdersi facilmente di finire in frantumi somigliando ad uno specchio in frantumi che non può più riflettere l'immagine intera. Lo ha affermato Giovanni Paolo II rivolgendosi ieri a Trento a migliaia di giovani ponendo per la prima volta all'attenzione generale il delicato problema della possibilità che una persona - soprattutto un giovane - perda la sua identità quasi per gioco per assumere quella imposta sottilmente dalla pubblicità e dagli spot televisivi».

particolare sugli adolescenti e sui giovani che ancora non hanno acquisito una forte identità per reagire il Papa li ha esortati a rimanere ancorati a «valori profondi e saldi» per evitare di diventare «numeri nella massa copie dei volti senza nome della pubblicità». Ed ha osservato che «la società dei consumi» sembra volere «vivere proprio questo» che voi siete individui senza personalità che viviate seguendo le mode alla ricerca di sempre nuove sensazioni in balia degli impulsi momentanei perché secondo la tecnica della pubblicità «tutti dovrebbero diventare consumatori ideali» in quanto psicologicamente soggiogati e conquistati al «messaggio pubblicitario» che viene proposto. E in questo gioco sottile e subdolo secondo Papa Wojtyła «anche la cosiddetta aggressione che una volta poteva

essere sinonimo di anticonformismo è ormai perfettamente funzionale alla cultura edonistica». Una presa di posizione forte e nuova in sintonia ai pericoli che provengono dalla «cultura della pubblicità» se non si ha la capacità di reagire ad essa.

Il Papa che ha voluto conversare con i giovani ponendosi molte domande che nascono da questo nostro vivere in una società dominata da modelli presentati da abili spot televisivi ha spiegato ai giovani che l'impegno dei «reettori» consiste nel «reagire» di fronte alla pubblicità sulla base di una formazione etica e culturale. I giovani per il Papa dovrebbero essere educati a cominciare dalla famiglia e dalla scuola alla critica del linguaggio pubblicitario che oltre ad essere una delle forme espressive più moderne e suggestive è dotata di alta capacità di dissimulazione.

La video-crazia

Basti pensare a chi come Berlusconi ha sostenuto dopo le recenti elezioni amministrative che era non più venuti gli ex prof che i visitati reali emersi dalle urne per avere un'idea di come facendo leva sulla cultura delle immagini si miri a far passare per reale ciò che è soltanto virtuale. Di qui l'importanza

dell'organizzarsi come consumatori in difesa dei propri diritti e del controllo delle eventuali sconnessioni delle campagne pubblicitarie di carattere commerciale ed anche politico. Già in altre occasioni Giovanni Paolo II aveva messo in guardia dalla «cosiddetta «video-crazia» intesa come tentativo di manipolazione «l'autentica democrazia intesa come partecipazione» nell'enciclica *Centesimus annus*. Ora per la prima volta ha affrontato il problema della pubblicità e degli spot televisivi che solo di recente è entrata nella riflessione della teologia morale della Chiesa non per demonizzare i messaggi pubblicitari ma per affermare che essi vanno visti sempre criticamente e per sollecitare normative deontologiche concrete per gli addetti ai lavori e provvedimenti giuridici a salvaguardia del bene comune.

Il dialogo

Sempre nel pomeriggio di ieri Giovanni Paolo II ha pure commemorato nel Duomo di Trento il 450esimo anniversario dell'inizio del Concilio di Trento che fu convocato per porre da una parte un argine alla riforma protestante e dall'altra per riorganizzare su basi meglio strutturate e disciplinate una Chiesa travagliata dalla corruzione dagli interessi tra papato e «con principi e potere politico

contro cui erano insorti già molti movimenti cristiani del Medioevo. Il Papa ha rievocato criticamente il Concilio di Trento come tentativo di sanare l'aspro dissenso che si era determinato in seguito alla Riforma protestante e come «grande risposta della fede cattolica alle sfide della cultura moderna ed agli interrogativi posti dai Riformatori». Ma è rimasto deluso che si aspettava che avesse fatto un annuncio clamoroso ai fini di riabilitare Mann Lutero alla cui tomba rese omaggio a Maganza in occasione della sua prima visita in Germania nel novembre 1980.

E dopo aver ricordato di aver incoraggiato negli anni scorsi «lo sviluppo del dialogo con i fratelli eredi della Riforma protestante» Giovanni Paolo II ha detto di nutrire la speranza di pervenire ad ulteriori punti di convergenza anche alla luce del lavoro svolto dal «Gruppo misto di teologi» costituito qualche anno fa per far cadere «reciproche scomuniche» e spianare la strada alla «piena comunione». E si è augurato che con la celebrazione del Giubileo del duemila «cresca l'unità tra tutti i cristiani delle diverse confessioni» fino al raggiungimento della piena comunione. Il discorso quindi è spostato in avanti e intanto bisogna lavorare per superare incomprensioni accumulate in 450 anni.

L'INTERVISTA

Parla Gavino Sanna «Un intervento antistorico di un Pontefice anticapitalista»

«I problemi dei giovani sono più profondi di quelli individuati da Giovanni Paolo II», parla Gavino Sanna, uno dei più noti pubblicitari italiani. «Il problema è di separare la buona dalla cattiva pubblicità e oggi anche il consumatore più sprovveduto ha sviluppato un atteggiamento critico che rende antistorico il discorso di Giovanni Paolo II». «La pubblicità degli status-symbol è la vecchia pubblicità. Oggi c'è un nuovo pensiero informativo, meno onirico»

NINNI ANTONELLO

ROMA «Un discorso antistorico quello di Karol Wojtyła, non a caso il Papa ha scelto Trento per tornare a parlare di questi temi. C'è messaggio e messaggio». Gavino Sanna è il presidente della Dmb&B una sorta di santuario dell'industria pubblicitaria italiana. Sanna è il creatore di campagne come quelle del gattino sotto la pioggia che pubblicizzava la pasta Barilla o dei bambini che storpavano il nome della carne in scatola Simmenthal.

A parlare di appiattimento, conformismo, massificazione non è soltanto Giovanni Paolo II...

Il Papa individua nella pubblicità un sistema educativo addirittura alternativo alla famiglia. Ma forse il problema dei giovani è più profondo. La famiglia patriarcale non esiste più ed è questo il vero rammarco delle autorità vaticane. Sicuramente i rischi di omologazione ci sono. Ma i confini della pubblicità non sono più esattamente definibili. Oggi alcuni telegiornali sono molto più pubblicitari di alcuni spot. E alla fine il consumatore è molto più scalfato di quello che si crede. Vuole un esempio?

Lo faccia, dottore...
Prima di queste ultime elezioni regionali chi avrebbe scommesso sulla vittoria delle sinistre? Il Garante dice che il polo di centro-destra ha avuto il colpo di spugna in più rispetto alla sinistra. Questo vuol dire che c'è un consumatore o meglio un utente molto più critico e scettico rispetto ai messaggi pubblicitari del passato.

Il Papa si riferisce a ben altro, ai valori negativi indotti da certi messaggi...

La pubblicità che degrada la massa è la cattiva pubblicità. Il rischio di appiattimento c'è ma riguarda tutti i tipi di comunicazione anche quelli messi in circuito da giornali e telegiornali. A questo punto vanno fatte alcune considerazioni. Da due anni a questa parte il Vaticano si distingue per attacchi alla pubblicità che hanno avuto per protagonisti scienziati vicini alla Santa Sede vescovi e prelati. Più che una lotta contro la pubblicità quella di Giovanni Paolo II è una lotta contro il sistema di valori capitalistico. La chiesa si pone come l'ultimo baluardo dell'anticapitalismo. A me sembra invece che il problema debba essere affrontato in termini meno ideologici. Cioè in termini di buo-

na e cattiva pubblicità. I confini tra l'una e l'altra sono sempre indefinibili?

Ormai sì. Oggi la buona pubblicità sovrasta di gran lunga l'altra perché tende ad armonizzarsi con il prodotto che pubblicizza, tende ad unire una componente emotiva ad una corretta informazione. Non basta sul prodotto.

Ma al di là del prodotto in sé, il problema riguarda i valori che vengono fatti circolare. La felicità legata alla ricchezza, alla bellezza, al consenso, all'affermazione personale elegata da ogni contesto sociale...

Non è più così da due tre anni a questa parte. C'è una nuova tendenza neorealista. La pubblicità degli status-symbol è la vecchia pubblicità, la cattiva pubblicità. A questo fa riferimento l'attacco del Vaticano. Invece c'è un nuovo corso un nuovo pensiero più informativo meno onirico meno legato agli status-symbol. Capace di trasmettere valori diversi.

Resta il problema dei più deboli, di chi non ha difese critiche rispetto al bombardamento pubblicitario di questi anni...

Va detto che oggi esiste in Italia un sistema che impedisce di trasmettere al volontario pubblicitario messaggi sociali forti. I più deboli non hanno voce in capitolo dal punto di vista della comunicazione. Non possono diventare soggetti attivi. Esiste una unica istituzione che fa già un lavoro positivo pubblicità-progresso. Non c'è altro. Bisogna allargare il discorso, far sì che le minoranze possano trasmettere istanze sociali diverse.

Ci fa un esempio concreto?

L'aborto per parlare di polemiche di questi giorni. È mancato un discorso capace di far conoscere per quella che è la legge 194. È mancata una politica di informazione. Sarebbe il caso di impostare una campagna pubblicitaria su questo di positivo definiscono queste norme. Quanti conoscono che nella legge c'è scritto che l'aborto è una dolorosa necessità? Detto questo c'è anche da dire che in Italia il sistema di difesa del consumatore è abbastanza debole. Ma esiste una difesa psicologica e culturale dovuta al processo di assuefazione alla pubblicità. Anche il giovane o il consumatore più sprovveduto hanno sviluppato un atteggiamento critico che rende veramente antistorico il discorso di Giovanni Paolo II.

Pietro Contaldo si è impiccato in bagno. I parrochiani: «Apriva casa sua a tutti. E se l'avessero ucciso?» Suicida a Ladispoli il prete degli immigrati

Un prete di Ladispoli (provincia di Roma) ieri mattina all'alba è stato trovato impiccato nel bagno di casa sua, dove viveva solo. I carabinieri sono sicuri «Non abbiamo motivo di ritenere che non sia stato un suicidio». Ma i parrochiani, che adoravano questo sacerdote giunto dalla Puglia tre anni fa, non possono crederci. «Apriva sempre a tutti immigrati drogati. Se fosse stato ucciso?»

NOSTRO SERVIZIO

LADISPOLI Dietro le persiane monome della sua casa mentre sul resto del mondo stava per sorgere il sole, don Pietro moriva in solitudine senza un rumore. Ci hanno poi pensato i nottturni e la Tv a diffondere la notizia fra gli abitanti di Ladispoli cittadina sul mare in provincia di Roma, così presto ognuno ha saputo del Contaldo del «Cuore del Gesù» è morto. L'hanno trovato impiccato alla maniglia della porta e non sappiamo più quale delle ipotesi sia più plau-

accettabile. Perché forse don Pietro ha scelto di uccidersi. Forse ma pare improbabile - è stato ammazzato?

Un mistero
Ogni suicidio è un mistero e quello di un sacerdote lo è ancora di più non v'è tuttavia una giustificazione bastevole. Nel caso di don Pietro Contaldo - leccese di origine, 53 anni gli ultimi tre passati a Ladispoli - tutto appare ancora più oscuro e insondabile. «Tra cen-

tusiasta ottimista. Lui alla vita sorrideva», diceva ieri tristemente un suo amico, un parrochiano da vanti alla casa di via delle Magliole «mentre poi ci commoventi che si sia ucciso». Pian piano fra la gente si è fatta largo l'idea che si stato un omicidio. Come se magari da qualcuno con don Pietro aveva offerto ospitalità e pane. Un'altra parrochiana una ragazza dagli occhi rossi e mansueti «Quella casa era diventata un porto di mare. Faceva entrare chiunque gli si presentasse. Barboni, mimi, drogati, tutti apriva sempre».

È morto ieri all'alba. Quando l'hanno trovato alle sei del mattino doveva avere smesso di respirare da una manciata di minuti. Forse di quicquid non lo aspettavano in chiesa per l'ennesima volta. Non vedendolo arrivare, un fedele è andato a casa sua.

La palazzina di via delle Magliole è a due piani e ha un'alta lancia e merletti e sorge in un'area di periferia. Il parrochiano si è avve-

cinato al citofono, ha cominciato a suonare. Con scurire maggiore in silenzio, senza ottenere risposta fucile, in vicino di casa non si è svegliato. Si trattava di un amico del sacerdote e nel suo appartamento custodiva anche le chiavi di casa del prete. Così finalmente il piccolo appartamento al primo piano è stato aperto. Il parrochiano e i vicini sono entrati fianco a fianco nella casa silenziosa con il cuore in gola.

La casa

È un vano trovato nel bagno. Di lì Pietro Contaldo era il pavimento in pignone. Lo scivolo c'è, la porta le giuste maniglie, la parete scurita intonaco al collo, una un'eccezione - un idolo più volte. Aggiungendo il fazzoletto e altri in migliaia di pontoni carichi per puntellare. A questo punto tutto è possibile. Cominciava a un capello di uccidere. Il Contaldo Contaldo ma per come stanno le cose non dice che c'è stato molto dubbio

questo e un suicidio. Don Pietro deve essersi stretto intorno al collo il fazzoletto poi ha fatto passare sotto la cintura, che ha infuso legato alla maniglia. A quel punto semplicemente si è lasciato scivolare a terra. «Lo strozzamento dovrebbe essere avvenuto subito, non pensiamo che abbia sofferto».

«Gentilissimo» ottimista «allegro» sono le parole più ricorrenti nei discorsi dei parrochiani che lo adoravano. «Era come un simbolo», ha raccontato ieri un signore anziano professore in pensione. Da qui, unico era arrivato lui il quar-

tera era cambiato. Non so come spiegarlo. Eravamo più felici». Altre voci però dicevano che qualcosa di diverso sussurravano. La parola depressione, permette, vino. Si scopre un'altra realtà. Il carabiniere. Era molto stessato. Tutti gli chiedevano aiuto. «Bussa» una alla sua porta a ogni ora del giorno e della notte. Forse chissà si sentiva inadeguato. Ed è crolla-

Des

AREL IAI CeSPI

**Roma, mercoledì 3 maggio 1995
dalle ore 11 alle ore 14 presso la Sala
delle Conferenze della Banca di Roma
(ingresso via Lata 3)**

**incontro pubblico con
Romano Prodi**

L'Italia per l'Europa

**partecipano
Gianni Bonvicini, Lucio Caracciolo,
Marta Dassù, Enrico Letta**

**in occasione dell'uscita di l'Espresso
con un intervento di Romano Prodi**