

SETTIMO CIELO

Papa Benedetto XVI non sa comunicare? Avrebbe davvero bisogno di uno spin doctor che gli suggerisse cosa dire, come e quando dirlo? Qualcuno che si intrufolasse nella sua presunta solitudine per consigliarlo, indirizzarlo, guadagnarli audience ed evitare polemiche quando parla da cristiano ai musulmani, agli ebrei, alle multinazionali del farmaco, agli abortisti messicani, ai massoni belgi, agli avvocati americani? Nelle prossime settimane, sarà un argomento di cui sentiremo parlare giacché «penne cattoliche», quelle con l'infallibilità incorporata, stanno scendendo in campo per spiegare perché il Papa sia sotto attacco. E nonostante le ottime intenzioni, dalle anticipazioni apparse sui giornali pare che un po' di colpa ce l'abbia anche il Santo Padre: è mal consigliato, comunica male, manca di una squadra che pianifichi la sua strategia comunicativa.

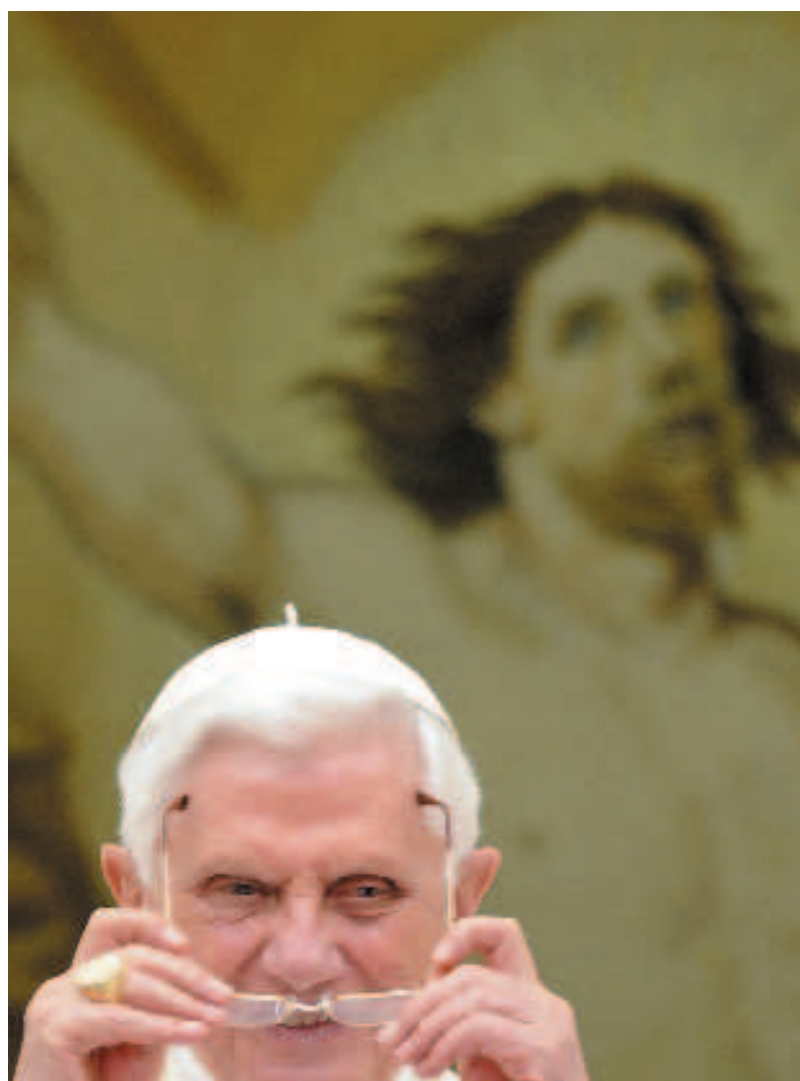
Aspettando il ritorno dei bei tempi, che inizieranno certamente non appena in Vaticano assolveranno chi saprà far parlare il Papa a comando, magari scelto (per par condicio) non più in un movimento fondato in Spagna ma in uno nato in Italia, non più tra gli ex presidenti della stampa estera ma tra gli ex vicedirettori del Tg Uno, ricordiamoci che sull'icona mediatica di Benedetto XVI, prima dei giornalisti, hanno scritto studiosi italiani e stranieri, anche non cattolici, quindi non infallibili ma solo seri. Perché, per l'ovvio gioco di specchi che l'interazione comunicativa impone, l'icona del Papa condiziona quella della Chiesa. Con buona pace degli spiritosi che il 19 aprile 2005 lo avevano (simpaticamente, in verità) soprattutto percepito come il Pastore tedesco, ad agosto di quell'anno Joseph Ratzinger ha iniziato a farsi riconoscere come il potenziale maestro di chiunque avesse voglia di pensare, anche tra coloro che si occupano di comunicazione. Ad un evento ideato con gli stilemi del clone Wojtyla, la giornata mondiale della gioventù di Colonia, quando il secondo giorno le telecamere hanno ripreso la sua visita alla sinagoga della città tedesca, è stato come se i riflettori si fossero spenti sul suo predecessore e accesi definitivamente su Benedetto XVI.

Non è un fatto insignificante se, dopo l'eruzione comunicativa e carismatica di Giovanni Paolo II, dopo l'epoca in cui i messaggi sono stati straordinariamente coperti

Filippo Di Giacomo



**Ratzinger cattivo comunicatore?
Assolutamente no, solo un pontefice che ama
privilegiare la parola sull'evento mediatico**



Benedetto XVI durante le vacanze a Castel Gandolfo

IL LINGUAGGIO POST-TELEVISIVO DEL PAPA

da immagini e gesti, nella basilica vaticana la parola è tornata regina. Almeno per coloro che fanno comunicazione premettendo la loro appartenenza «cattolica», questo avrebbe dovuto essere il primo segnale di discontinuità tra l'attuale e il precedente pontefice. Uscito dal cono d'ombra nel quale ha vissuto durante i 24 anni di collaborazione con Wojtyla, Benedetto XVI ha iniziato subito a manifestare un efficacissimo «minimalismo comunicativo» che appare la cifra immediata che lega i fedeli al Papa durante le sue catechesi e le sue omelie. Non è un ritorno al passato, piuttosto una proiezione verso l'epoca della post-televisione. I massmediologi indicano proprio nella parola la forma comunicativa più pertinente alla convergenza tecnologica dei media. Perché è capace, allo stesso tempo, di mettere in discussione la tradizionale comunicazione unidirezionale accentuando così le possibilità di dialogo. Un'attitudine quest'ultima che, anche per come è stata gestita la comunicazione negli ultimi anni del pontificato di Giovanni Paolo II, trova disabituali persino i fedeli della Chiesa.

Dopo l'agosto del 2005, dopo Colonia, è stato sempre più difficile, fino a diventare impossibile, un esercizio che prima di Benedetto XVI era diventato regola: aggiungere l'icona del Pontefice come plusvalore, quasi fosse una «guest star», ad avvenimenti presentati e gestiti con le stesse categorie dell'intrattenimento, diritti Siae compresi. Sin dalla sua prima omelia durante i giorni del lutto di Giovanni Paolo II, Ratzinger ha soprattutto lanciato una sfida per quella parte della Chiesa che ancora si illude, sbagliando analisi sull'effettiva stratificazione sociale, e ragionando ancora con i modelli della paleocomunicazione, di poter puntare al target più basso dell'opinione pubblica riempiendo gli spazi comunicativi di mezze notizie, notizie mal dette, presunte opinioni, smentite, frasi fatte e rifatte. Non è raro trovare nei libri del Ratzinger teologo una premessa che ricorda che la possibilità che l'uomo ha di parlare con Dio è data dal fatto che Dio stesso è discorso, ascolto, risposta. Che tutto questo possa avvenire anche quando il suo Vicario ricorre ai massmedia, è una sfida conforme alla caratura intellettuale di un Papa che sa insegnare. Che tutti, anche i cattolici vogliano aiutarlo in questa sfida, questo è un altro problema. ♦