

Dai pellegrinaggi ai social network i primi sei mesi di Francesco “Così ha già cambiato la Chiesa”

di Paolo Rodari

in “la Repubblica” del 13 settembre 2013

Vola “Lumen Fidei”, la prima enciclica di papa Francesco che, con le sue 250mila copie vendute in lingua italiana (più di 1 milione nelle dodici lingue nelle quali è stata finora tradotta) in poco più di due mesi, dipinge sul volto di don Giuseppe Costa, direttore della Libreria Editrice Vaticana, un sorriso che non si vedeva da tempo. Ma sono tutti coloro che nella Santa Sede hanno a che fare con la vendita di prodotti riguardanti Jorge Mario Bergoglio a sorridere: il Papa giunto da «un Paese ai confini del mondo» tira — è il caso di dirlo — come Dio comanda.

Cadono oggi i sei mesi di pontificato, ma già nulla è come prima. Se ne è accorto anche padre Federico Lombardi, portavoce vaticano. Per mesi ha dovuto tenere testa ai media interessati agli scandali della pedofilia e di Vatileaks. Non così oggi: «Sembra che si sia voltata una pagina, da un atteggiamento pregiudiziale negativo a uno positivo. E anche se i problemi di cui si parlava in passato non sono risolti una volta per tutte, la direzione è chiara e la Chiesa può rilanciarsi sulle linee fondamentali della sua missione».

«Da una chiesa assediata, con mille problemi siamo passati a una Chiesa che si è aperta», ha detto Pietro Parolin, nuovo segretario di Stato. Ammettendo di fatto che gran parte del merito della rivoluzione in atto dopo la stagione dei veleni e degli scandali è di un marchio capace di guadagnare consenso come raramente si è visto in passato: Francesco. Il segreto? Secondo molti è tutto nella domanda. Più elitario e ricercato il pubblico di Joseph Ratzinger, più popolare, quello di Bergoglio. Se ne sono accorte anche le televisioni. Fino a sei mesi fa i principali notiziari italiani faticavano ad accettare servizi riguardanti la Chiesa, il Papa e il Vaticano. Gli ascolti calavano ogni volta inesorabilmente. Oggi bastano due battute del Pontefice delle Pampas per guadagnare audience. E sbaragliare la concorrenza. Ne sa qualcosa Tv2000, la televisione dei vescovi italiani. Nella notte fra sabato 27 e domenica 28 luglio l'emittente ha mandato in onda la veglia sul Lungomare di Copacabana in occasione del viaggio del Papa in Brasile. Tv2000 ha ottenuto il 7,12 per cento di share con picco, in chiusura, al 9,61 per cento. È in corrispondenza di questa diretta da due ore e 30 minuti che Tv2000 è risultata la tv più seguita d'Italia collocandosi al primo posto assoluto nella classifica delle emittenti generaliste. Ascolti che continuano, inarrestabili, in occasione di ogni diretta papale. E, infatti, pure la piattaforma di Murdoch se ne è accorta: due domeniche fa Sky Tg 24 ha scelto di inaugurare l'arrivo dell'Alta Definizione proprio con la diretta da piazza San Pietro dell'Angelus di Francesco.

Don Dario Viganò, prete esperto di cinema e direttore del Centro televisivo vaticano (Ctv), incontra regolarmente il Papa. Dice: «Francesco ha un riflesso anche sul Ctv: ha risvegliato l'attenzione non solo per i network nazionali ma anche per tutti i broadcaster internazionali circa le notizie legate all'attività del Pontefice. Aumentano le richieste di accordo con il Ctv e, oltre all'America del Nord e all'Europa, Asia e Africa, come prevedibile aumentano anche le richieste dall'America latina per avere produzioni in diretta».

Che Francesco sia una calamita lo dicono tanti dati. Soprattutto quelli in possesso della Prefettura della Casa Pontificia. Dal 27 marzo al 26 giugno, sono 825mila i fedeli che hanno chiesto i biglietti per l'udienza generale del mercoledì. Se si tiene conto che solitamente solo un terzo dei presenti entra in piazza col biglietto, significa che alle 14 udienze hanno partecipato in media oltre 100mila persone. Numeri che, dati alla mano, faceva soltanto Karol Wojtyła nei tempi d'oro. E l'effetto Francesco non è poca cosa ai musei vaticani dove negli ultimi sei mesi i visitatori sono aumentati del sette per cento.

Oggi, grazie a Francesco, la Chiesa comunica fiducia. Lo dice un'indagine dell'Istituto Demopolis: l'88 per cento degli italiani si fida di questo Papa. È il dato di fiducia più alto registrato negli ultimi vent'anni. L'apprezzamento cresce al 90 per cento tra le donne, al 96 per cento tra i cattolici e

raggiunge il 67 per cento nel segmento composto da non cattolici e non credenti: a colpire gli italiani sono la spontaneità e il linguaggio del Papa, evidenziati dall'80 per cento degli intervistati; ma anche la grande vicinanza alla gente, avvertita da oltre 7 intervistati su 10. Incide significativamente, per il 75 per cento, anche l'attenzione mostrata in questi primi mesi verso i più deboli, grazie anche al viaggio a Lampedusa. In generale, dopo un periodo di crisi, cresce la fiducia nella Chiesa che si attesta al 63 per cento. Quasi venti punti sopra il dato rilevato dal Barometro Politico Demopolis nel gennaio scorso. Crescono anche le aspettative per il futuro: se il 23 per cento appare scettico, oltre 6 italiani su 10 sono convinti che Francesco contribuirà a un profondo rinnovamento della Chiesa.