



Stile documentario nella sfida sull'otto per mille



«A l ritorno verso la casa d'accoglienza Alba mi racconta della morte di una bambina di 17 mesi e di come lei si sia sentita sconfitta, come se avesse perso una dura battaglia, come se ogni suo sforzo fosse stato vano. Ed è in quel momento che ho visto Alba come una persona eccezionale». Inizia così la storia di Chiara, una delle tante voci che si trovano nel portale «chiediloaloro», una sorta di

piazza virtuale delle testimonianze.

La chiamata a raccolta di persone che mettono il proprio volto per raccontare la propria esperienza, è la scelta della Cei di quest'anno, per la consueta campagna **sull'otto per mille**. Una campagna, questa del 2011, particolarmente riuscita, perché s'adatta perfettamente al nuovo contesto comunicativo.

Non, dunque, una semplice sequenza di spot, quali sono i tre

soggetti che stanno passando, in queste settimane, sui teleschermi. Ma una campagna «convergente» e «ipermediale», con al centro la figura del testimone.

I tre film televisivi infatti riprendono solo alcune delle molte storie di solidarietà che s'alimentano per iniziativa della Chiesa italiana.

Gli spot, destinati al pubblico più generalista, rimandano al sito «chiediloaloro», che è una grande finestra

sulla realtà. Sono le storie delle cucine popolari di Padova, della Casa di accoglienza di Forlì, dell'Assistenza agli anziani di Pantelleria e molte altre ancora.

L'efficacia della campagna sta soprattutto nell'aver evitato certi cliché delle pubblicità sociali, la voglia di choccare a tutti i costi, da un lato, o l'esigenza di essere forzatamente edificanti, dall'altro lato. I media — come la televisione, la Rete — sono invece usati come membrane che ci

portano a contatto con la realtà, e ci restituiscono l'immagine di una comunità presente e dedita soprattutto al fare.

Lo stile comunicativo scelto è, coerentemente, quello realistico del documentario, dello sguardo aperto a ciò che ci circonda (storie di sofferenza, ma anche storie di speranza) e dell'orecchio disposto ad ascoltare le testimonianze di persone coraggiosamente comuni. Un po' come quella di Chiara.

© RIPRODUZIONE RISERVATA