

Walt Disney, Montanelli e il santo

Panorama, diffuso settimanale di attualità italiano, dedica un articolo al Beato Josemaría, al Centenario della sua nascita e al recente riconoscimento di un suo miracolo.

04/01/2002

Walt Disney confidava ai suoi collaboratori di essere un ammiratore di Cammino, 999 pensieri di spiritualità «forte», il best-seller da 4 milioni di copie scritto da Josemaría Escrivá, fondatore

dell'Opus Dei. E Indro Montanelli, che l'Opus aveva conosciuto da vicino in Spagna, ne era rimasto quasi folgorato: dopo la visita all'università di Navarra, a Pamplona (la cui fondazione fu fortemente voluta dallo stesso Escrivá che ne fu gran cancelliere fino alla morte, nel 1975), non solo ne scrisse nelle sue «stanze», ma spedì una lettera a Papa Paolo VI chiedendo che Escrivá fosse fatto santo. Due episodi significativi. Dei quali forse non si parlerà al convegno internazionale «La grandezza della vita quotidiana», che per tre giorni, dall'8 all'11 gennaio a Roma, riunirà 1.200 esperti dalle università di 17 paesi per discutere della spiritualità e del pensiero del fondatore dell'Opus Dei. Ma che oggi, dopo la firma di Karol Wojtyla, il 20 dicembre, del decreto pontificio che proclama la santità di Escrivá, possono essere d'aiuto per capire che cosa rappresenta l'Opera per il Cristianesimo del Terzo millennio.

«Tutto quello che fai fallo bene, non si possono offrire a Dio cose fatte male» raccomandava El Padre, come lo chiamano quelli dell'Opera. Per seguire pienamente il Vangelo, non c'è bisogno che il cristiano si ritiri nella cella di un convento o abbandoni quelle occupazioni «mondane» così impregnate di tentazioni (potere del denaro, fama e successo) da mettere seriamente in pericolo la salvezza della sua anima. Il cristiano può essere santo con il suo lavoro. Offrendolo a Dio con il massimo di perfezione possibile, facendo il giardiniere, il venditore di tappeti o l'autista del bus o inventando le storie di Topolino e Pippo che avrebbero fatto, a suon di dollari, la fortuna della multinazionale dei cartoon.

Non ci sono soltanto i poveri e i pescatori nel Vangelo. C'è il buon Samaritano, benestante e pragmatico, che con i suoi soldi in

contanti paga le cure per il poveretto massacrato per strada dai briganti. E c'è Zaccheo, ricco e corrotto, che si pente e decide di dare metà dei beni ai poveri. «Il Vangelo è per i ricchi e i poveri, quelli di destra, di sinistra, di centro, di sopra, di sotto e di fianco: e noi dobbiamo portare il lieto annuncio» insegna Escrivá. Che nel secolo della civiltà industriale, della tecnica e del trionfo dei mass media, spinge il Vangelo fuori dalle sacrestie verso gli ambienti di lavoro creando, per i laici, una spiritualità capace di sfidare tentazioni e conformismi e di saper dire di no ai potenti mettendo in gioco stipendi e carriere, quando gli ordini sono contrari ai principi cristiani. Una spiritualità che, pur avendo come finalità la formazione degli aderenti, si rivela fin dagli anni 30 tanto granitica da superare fortissime campagne di stampa avverse e temibili perplessità di settori influenti (ma minoritari) del cattolicesimo, fino a esercitare, oggi,

un'influenza non trascurabile nella società e nella Chiesa stessa.

Basta dare un'occhiata al convegno che si apre martedì 8 gennaio nelle sale dell'antico ospedale di Santo Spirito in Sassia, per avere un'idea delle due facce dell'Opus Dei.

Modernità audace e impeccabile nella forma, ferrea fedeltà alla tradizione nei contenuti. Nelle due pagine del comunicato stampa con titolo in inglese (The grandeur of ordinary life) compare il sito Internet (www.escriva2002.org) e si legge la notizia che durante il congresso sarà in funzione presso la Pontificia università della Santa Croce, l'ateneo che prepara i sacerdoti e i teologi dell'Opera, un asilo nido per i bambini le cui mamme sono impegnate nelle relazioni. In evidenza ci sono anche tre dati interessanti: la spesa, 855 milioni, con tanto di cifre ripartite per capitoli (promozione, allestimenti,

viaggi), il patrocinio (l'alto patronato della presidenza della Repubblica, la Regione Lazio e il Comune di Roma, quindi il Quirinale, amministrazioni locali di centrodestra e centrosinistra) e gli sponsor: Monte dei Paschi di Siena, Enel e H3G, il quarto gestore dei telefonini Umts.

Trasparenza, stile scarno e pragmatico, ma i contenuti sono rigorosamente spirituali. «È abitudine» si legge nel programma «considerare la vita quotidiana come il luogo e il tempo del ripetitivo, di ciò che ha poco valore ed è privo di significati trascendenti. Alla luce di Cristo, Uomo perfetto e vero Dio, la vita di tutti i giorni è lo spazio in cui l'uomo può e deve cercare la propria realizzazione, con la consapevolezza che questo è il luogo dell'incontro personale con Dio. Questa è l'essenza della grandezza della vita quotidiana, dell'"eroismo di ogni giorno" del quale parla Escrivá».

Panorama // Mauro Anselmo

pdf | documento generato
automaticamente da <https://opusdei.org/it-it/article/walt-disney-montanelli-e-il-santo/> (01/02/2026)