opusdei.org

Il vento dà coraggio a chi sa navigare

“La Chiesa, l’Opus Dei e il Codice da Vinci. Un caso di comunicazione globale” (ed. EDUSC). E’ questo il titolo del libro scritto da Juan Manuel Mora sulle esperienze nella gestione della comunicazione in risposta al libro e al film “Il Codice da Vinci”.

01/07/2009

Il libro si può acquistare con il 15% di sconto e spedizione gratuita cliccando qui.

Fra gli anni 2003 e 2006 il romanzo e il film *Il Codice Da Vinci* sono stati molto presenti nell'opinione pubblica internazionale. Il fenomeno ha avuto soprattutto un carattere commerciale: vendite milionarie, grandi investimenti e buoni affari. Non è stato un avvenimento di particolare valore letterario o cinematografico, né artistico in generale, almeno secondo l'opinione più diffusa tra gli specialisti. In ogni caso, non sembra arrischiato affermare che quella del libro è stata una fama *presa in prestito*: per esempio, *Il Codice Da Vinci* è diventato famoso perché parlava della religione cattolica, della Chiesa, del Vangelo, di temi che riguardano da vicino centinaia di milioni di persone. Di conseguenza, le campagne di marketing si ripercuotevano direttamente sulla Chiesa Cattolica, chiamata, suo malgrado, a venire alla ribalta.

Anche l'Opus Dei, tra gli anni 2003 e 2006, è stato oggetto di particolare attenzione da parte dei mezzi di comunicazione. In quegli anni, i dipartimenti di comunicazione della prelatura hanno risposto a numerose richieste di informazione avanzate da giornalisti e da molte altre persone a causa delle notizie pubblicate intorno al libro e al film. Per informare sul lavoro fatto da questi dipartimenti, il 27 aprile 2006 durante un Seminario internazionale rivolto ai responsabili della comunicazione di alcune istituzioni della Chiesa, riuniti a Roma per uno scambio di esperienze, è stata presentata una relazione apposita. Il fenomeno continuò a interessare molti anche dopo l'uscita del film, il 19 maggio 2006.

Molti esperti della comunicazione hanno suggerito esplicitamente la convenienza di mettere per iscritto queste esperienze. Le pagine del

libro sono una risposta a questi suggerimenti. In qualche modo questo libro può intendersi come espressione della linea di trasparenza informativa dai dipartimenti di comunicazione dell'Opus Dei; vi sono riassunte tutte le azioni di comunicazione intraprese, le relative motivazioni e gli obiettivi.

Chi lavora nei dipartimenti di comunicazione delle organizzazioni sa che tutti i membri di una organizzazione sono in qualche modo i portavoce, gli ambasciatori dell'istituzione stessa nel proprio ambiente. Questo libro è il frutto di un'attività collettiva, il risultato del lavoro di un centinaio di persone. È in un certo senso la registrazione di una realizzazione corale, di un concerto polifonico. L'autore si è limitato a far sì che la registrazione fosse fedele al suono originale,

depurando i rumori di fondo e le interferenze.

pdf | documento generato automaticamente da https://opusdei.org/it/article/il-vento-da-coraggio-a-chi-sa-navigare/ (17/12/2025)