

NOSTRO TEMPO

135

NOSTRO TEMPO
(Ultimi volumi pubblicati)



- O.L. SCALFARO, *Lo Stato è la casa di tutti*, a cura di P. Naso e V. Mazza
CONSIGLIO DELLA COMUNIONE DI CHIESE PROTESTANTI IN EUROPA,
Un tempo per vivere e un tempo per morire, a cura di L. Savarino
- C. MALANDRINO, *Democrazia e federalismo nell'Italia unita*
- P. CIACCIO, *Il vangelo secondo i Beatles*. Da Mosè ai giorni nostri
passando per Liverpool
- M. KÄSSMANN, *A metà della vita*. Quale avvenire dopo i cinquant'anni?
- A. MERKEL, *Parole di potere*. Il pensiero della cancelliera, a cura di Robin
Mishra
- M. VARANO, *Come parlare ai bambini della morte e del lutto*
- E.W. GRITSCH, *Cristianità intossicata*. Quattro tentazioni costanti
per il cristianesimo
- E. GENRE, *Introduzione alla bioetica*. Bioetica e teologia pastorale
in dialogo
- H. TRISTRAM ENGELHARDT JR., *Dopo Dio*. Morale e bioetica in un mondo
laico
Protestantesimo e democrazia, a cura di Paolo Naso
- S. GIANNATEMPO, *Il vangelo secondo Tolkien*. Dalla Terra di Mezzo
alla teologia pop
- O. BITJOKA, *Legittime aspettative*. Il cammino dell'immigrato nella nuova
Italia
Fratelli e sorelle di Jerry Masslo. L'immigrazione evangelica in Italia,
a cura di P. Naso, A. Passarelli, T. Pispisa
- F. COLOMBO, *Il Dio d'America*. Religione e politica in USA
- L. BALDASSINI, *Mi porti a casa?* Accudire un genitore malato - Pensieri di
una figlia
- S. GIANNATEMPO, *Il vangelo secondo il Piccolo Principe*. Come crescere e
diventare piccoli
- E.E. GREEN, *Cristianesimo e violenza contro le donne*

PETER CIACCIO - ANDREAS KÖHN

**IL VANGELO
SECONDO STAR WARS**

**Nel nome del padre, del figlio
e della Forza**

CLAUDIANA - TORINO

www.claudiana.it - info@claudiana.it

Scheda bibliografica CIP

Ciaccio, Peter

Il vangelo secondo Star Wars : nel nome del padre, del figlio e della
Forza / Peter Ciaccio, Andreas Köhn

Torino : Claudiana, 2015

130 p. ; 21 cm. – (Nostro tempo ; 135)

I. Köhn, Andreas

1. Star Wars <film> – Riferimenti [ai] Vangeli

791.4375 (ed. 22) - Descrizione, valutazione critica, sceneggiatura di
due o piu film

© Claudiana srl, 2015
Via San Pio V 15 - 10125 Torino
Tel. 011.668.98.04 - Fax 011.65.75.42
info@claudiana.it
www.claudiana.it
Tutti i diritti riservati - Printed in Italy

Ristampe:

22 21 20 19 18 17 16 15 1 2 3 4 5

Copertina: Vanessa Cucco

Foto di copertina: Davide Tatti

Stampa: Stampatre, Torino

INTRODUZIONE

L'ETERNO RITORNO DELLO JEDI

«Questa vita che vivi adesso e che hai vissuto, dovrai viverla ancora innumerevoli volte; e non ci sarà niente di nuovo, in essa, ma ogni dolore e ogni piacere e ogni pensiero e sospiro e tutto quello che in essa c'è di indicibilmente piccolo e grande deve tornare, e tutto nella stessa sequenza e successione – persino questo ragnò e questo chiaro di luna tra gli alberi, e persino questo istante e io stesso. L'eterna clessidra dell'esistenza viene girata di continuo –, e tu con essa, infimo granello di polvere!»

Friedrich NIETZSCHE, *La Gaia Scienza*¹.

Questo libro si inserisce in una tradizione recentemente definita «teologia pop» che, da *Il vangelo secondo Charlie Brown* scritto da Robert L. Short nel 1965², costruisce o individua ponti tra la fede e le tradizioni cristiane e le opere pop contemporanee. Il fenomeno *Star Wars* è qualcosa di più di una semplice opera o di una saga in sei o più film: è un universo mitologico, una cosmogonia, un mondo parallelo al nostro. Parallelo per modo di dire: il nostro universo lo ha partorito, tramite la fervida immaginazione di George Lucas, ma poi la creatura si è emancipata, al punto da incrociare l'esistenza di chi vive in questo nostro mondo. Chi non conosce, infatti, mastro Yoda con la sua bizzarra sintassi o Darth Vader con il suo respiro amplificato dalla maschera, o ancora le spade laser e la musica trionfale di John Williams?

¹ Newton Compton, Roma 1996, par. 341.

² Pubblicato in Italia 25 anni dopo (R.L. SHORT, *Il vangelo secondo Charlie Brown*, Gribaudi, Milano 1990). Una curiosità: è inserito dal catalogo del servizio bibliotecario nazionale (OPAC) non come «Teologia», ma come «Umorismo e fantasia».

Molti appassionati ritengono imprescindibile la generale frequentazione della saga e si stupiscono di fronte agli amici che confessano di non conoscerla. Possono immedesimarsi, allora, nello stupore dell'avventuriero Han Solo che, seduto a un tavolo della cantina di Mos Eisley, dice a Obi-Wan Kenobi: «Cosa? Come? Non hai mai sentito nominare il Millennium Falcon?», e si vede rispondere con un «Veramente no».

Nel 1977 pochi potevano aspettarsi che la semplice storia proposta dal giovane ribelle George Lucas con il film *Guerre stellari* proseguisse oltre la distruzione della Morte Nera. L'uscita dei due episodi seguenti non ha solo restituito una storia più complessa, con diversi livelli di lettura e spunti di interpretazione, ma ha anche stimolato la fantasia di molti appassionati, dando vita al fenomeno dell'*Universo espanso* (su cui si veda l'appendice relativa al canone).

Sono infatti stati pubblicati romanzi, racconti, fumetti che sviluppino storie, ambientazioni, personaggi accennati nella trilogia. Lucas ha permesso ad altri di fare questo lavoro, perché era importante far vivere di più il mondo da lui creato. Da un punto di vista ideale, il fenomeno dell'*Universo espanso* non è poi così diverso dal franchising e dal merchandising.

Quando ci sono ristoranti fast food, agenzie immobiliari o altri esercizi commerciali non gestiti dal proprietario del *brand*, ma autorizzate a utilizzarlo in tutte le forme, ci troviamo di fronte a un'operazione di franchising. Il marchio così si diffonde maggiormente e diventa più familiare. Allo stesso tempo, tale familiarità comporta benefici commerciali diretti al gestore. Tra l'altro, in termini cinematografici ormai si usa la parola *franchise* per indicare prodotti seriali, come i film di James Bond, di Harry Potter e, appunto, *Star Wars*.

La fitta attività promozionale di un film – o di un qualunque marchio – attraverso la produzione di indumenti e oggettistica si chiama merchandising. Una volta il fatturato di una pellicola era limitata all'incasso del botteghino; poi con la televisione, i film hanno incassato anche i diritti di trasmissione; infine l'avvento dell'*home video* ha determinato un'altra voce importante di incasso delle produzioni cinematografiche, oltretutto prolungato nel tempo: un film può fallire al botteghino, ma affermarsi come un *long seller* per la visione casalinga.

La vera rivoluzione, tuttavia, è stata, però, quella del merchandising moderno, guarda caso inventata proprio da George Lucas e dal suo sodale Steven Spielberg. Grazie alla nuova filosofia commerciale dei due cineasti, il fatturato di un film si espande agli oggetti che ne richiamano la storia e ne riproducono il logo. Spielberg indossava la t-shirt de *Lo squalo* e il berretto da baseball de *I predatori dell'arca perduta* sul set dei rispettivi film, *prima* ancora che le riprese fossero concluse³. Il merchandising era pronto prima del film stesso. La commercializzazione del marchio *Star Wars* fu ripresa dalla parodia della saga⁴, targata Mel Brooks, in una scena dove il regista interpreta Yogurt (alter ego di Yoda), che vende prodotti del film, mentre lo stanno ancora girando:

Venite da questa parte! Date un'occhiata. Mettiamo il titolo del film su ogni cosa. Pubblicità! Promozione! Ecco come questo film farà i veri soldi. «Spaceballs – la maglietta». «Spaceballs – il libro da colorare». «Spaceballs – il cestino da pranzo». «Spaceballs – fiocchi d'avena». «Spaceballs – il lanciafiamme»: i bambini lo adorano! Ultimo, ma non meno importante, «Spaceballs – la bambola». Me. [*Yogurt tira una cordicella da una sua riproduzione e una voce registrata dice: «Che lo Sforzo sia con te»*].

Questo libro esce proprio mentre, nell'attesa dell'uscita di *Star Wars – Episodio VII: Il risveglio della Forza*, i fan passeggiano nei negozi della Disney per vedere e comprare le riproduzioni di Kylo Ren, della capitana Phasma, di Rey, di Finn e del droide BB-8, i costumi e le spade laser di personaggi che ancora non conoscono, di un film che ancora non hanno visto.

Questo è il vero «Universo espanso»: il mondo fantastico che ha invaso il mondo reale, da cui esso è stato creato, in un'interessante circolarità. Ma la spirale non si limita a questo.

Il terzo film della trilogia del 1977-1983 aveva un titolo strano: *Il ritorno dello Jedi*. Apparentemente non c'era nessun Jedi che ritornava: la storia trattava dell'eroe, Luke Skywalker, che tornava in scena per affrontare la prova suprema: il duello contro il ne-

³ *Lo squalo (Jaws)*, USA 1975 e *I predatori dell'arca perduta (Raiders of the Lost Ark)*, USA 1981, entrambi di Steven Spielberg.

⁴ *Balle spaziali (Spaceballs)*, di Mel Brooks, USA 1987.

mico – il padre Anakin, ormai diventato il cattivissimo Darth Vader – e la sfida radicale al potere del malvagio imperatore. Ma a ben guardare il titolo non era così strano e il prosieguo della produzione lucasiana lo ha reso più evidente: è il Jedi Anakin che ritorna dal Lato Oscuro dopo essere stato risucchiato in una spirale di malvagità.

Negli anni 1999-2005 esce una seconda trilogia: *La minaccia fantasma*, *L'attacco dei cloni* e *La vendetta dei Sith*. Non è il seguito della trilogia originale, ma è l'antefatto: i tre film narrano la storia di Anakin, dalle origini alla caduta. Appare chiaro, allora, che Darth Vader non è solo il super-cattivo di un fumettone fantascientifico: è una figura messianica, il prescelto di un'antica profezia – «Colui che avrebbe portato equilibrio nella Forza» –, che non supera però la prova delle tentazioni. Anakin è l'angelo caduto, il «figlio di Dio»⁵ che si sottomette al principe delle tenebre, vale a dire all'imperatore.

Il terzo episodio della trilogia prequel fornisce un'ulteriore possibilità di interpretazione del titolo *Il ritorno dello Jedi*: a *La vendetta dei Sith* sarebbe, infatti, logico contrapporre «Il ritorno dei Jedi». Le due polarità della saga – Jedi e Sith – sono infatti termini invariabili anche in inglese. Mentre in italiano l'articolo ha forme diverse per singolare e plurale, se si parla di uno o più Jedi, in inglese si dice sempre «*the*». Si tratterebbe dunque dell'attestazione di una ciclicità in cui a turno una parte domina e l'altra soccombe: prima dominano i Jedi, poi i Sith e infine i Jedi *ritornano*.

Il protagonista Anakin segue questa ciclicità: prima sorge, poi cade e, infine, ritorna, redimendo e salvando la galassia dall'imperatore. Tuttavia il legame con il Maligno è talmente stretto e vitale che la morte dell'imperatore comporta la morte di Anakin che, per salvare gli altri, deve sacrificare la propria vita. Nel suo sacrificio possiamo scorgere la rappresentazione di uno schema cristologico.

Ma la storia non finisce qui. Il settimo episodio della saga è il primo in cui non c'è – o non dovrebbe più esserci – Anakin/Darth Vader e il Lato Oscuro della Forza dovrà riprendere il sopravvento per rompere l'equilibrio conquistato dall'azione congiunta del

⁵ Si dice infatti che Anakin è «generato» dalla Forza, che è quanto più si avvicina all'idea di Dio nel mondo di *Star Wars*.

padre Anakin e del figlio Luke. Almeno temporaneamente, fino a quando non si creerà un nuovo equilibrio.

Non c'è dunque solo lo schema del redentore che dona se stesso per la vita di tutti, ma anche l'«Eterno ritorno», presente nelle filosofie e religioni orientali, nello stoicismo e, più recentemente, in Nietzsche. Come spiegheremo in questo libro, George Lucas attinge a diverse tradizioni, fedi e filosofie, non solo alla cultura ebraico-cristiana. Se molti vedono il progresso della storia come una scala che sale dritta verso il cielo, come quella sognata da Giacobbe⁶, altri lo vedono come è rappresentato nel quadro *Il sogno di Giacobbe* (1805) da William Blake, ovvero come una spirale dove il progresso verso l'alto è segnato da un'eterno ritorno, «nella stessa sequenza e successione» direbbe Nietzsche. Il titolo del settimo episodio *Il risveglio della Forza* richiama, appunto, il ciclo della vita, fatto di sonno e veglia. «L'eterna clessidra dell'esistenza viene girata di continuo –, e tu con essa, infimo granello di polvere!».

In questo libro, diviso in due parti firmate rispettivamente da Peter Ciaccio e Andreas Köhn, saranno trattati diversi aspetti della saga di *Star Wars* che hanno una rilevanza teologica, come ad esempio la Trinità, la profezia, la speranza, la lotta tra il bene e il male e il ruolo della fede.

⁶ «Fece un sogno: una scala poggiava sulla terra, mentre la sua cima toccava il cielo; e gli angeli di Dio salivano e scendevano per la scala» (Gen. 28,12).