

co la localizza nella pancia. In ebraico il termine, al singolare, indica il grembo materno, luogo di provenienza di ogni vita umana ed animale, al plurale indica i visceri, le interiora e, in senso astratto, il sentimento di misericordia, compassione, commosso amore.

Detto più semplicemente, è il luogo tenero di ogni persona umana, sia fisico sia spirituale. E' l'amore misericordioso, materno o paterno, di chi sta più in alto verso chi sta più in basso. «Voglio ricordare i benefici del Signore, le glorie del Signore, quanto egli ha fatto per noi. Grande in bontà per la casa d'Israele, ci trattò con visceri misericordiosi, secondo la grandezza del suo amore» (Is 63,7).

Poiché Dio è «Padre della misericordia» (2Cor 1,3) e si rivolge all'uomo con questo atteggiamento, anche i credenti sono impegnati ad avere «sentimenti di amore e di compassione» (Fil 2,1), che portano alla vera comunione delle persone.

Onnipotenza (ebraico: *tseba'oth*, «forze militari»; greco: *pantocrator*, «onnipotente»; latino: *omnipotens*)

Per tutte le religioni, la potenza è un attributo essenziale della divinità. Il popolo d'Israele non solo ha fatto l'esperienza della grandezza della potenza di Dio, ma ne ha anche visto la sua manifestazione storica. E' Dio infatti che, come un forte guerriero, nell'esodo dall'Egitto ha liberato il suo popolo da una delle più grandi potenze economico-militari dell'epoca, «con mano potente e braccio teso» (Dt 4,34). Anche la creazione del mondo è sentita come un atto di potenza di Dio che pone un ordine nel mondo, sconfiggendo le potenze del caos. «Signore Dio, tu hai fatto il cielo e la terra con grande potenza e braccio teso» (Ger 32,17).

Ma la manifestazione più grandiosa della potenza di Dio, quella che ha portato la salvezza al mondo, si realizza in un contesto di debolezza. Paolo scrive che «mentre i Giudei chiedono i miracoli e i Greci cercano la sapienza, noi predichiamo Cristo crocifisso, scandalo per i Giudei, stoltezza per i pagani, ma per coloro che sono chiamati, sia Giudei che Greci, predichiamo Cristo potenza di Dio» (1Cor 1, 22-24). E la Chiesa, forte di questo annuncio, formula così il primo articolo della propria fede: «Credo in Dio, Padre onnipotente, creatore del cielo e della terra».

tivù cumprà?

E naufragar m'è dolce nei canali

di fr. VENANZIO REALI

Considerazioni acrobatiche e senza rete tra le reti di sua Emittenza. In cerca di un Astolfo

A pesca tra le reti

E' una sera di quelle balorde. Tento «canalizzarmi» tra raffiche di spot e sorrisi soft. Stento a inalvearmi, ma sua Emittenza mi butta a forza nel fiume delle vanità no stop. E' colpa dell'uggia; non fateci caso a quanto dirò. A volte si è come Don

Chisciotte tra i mulini a vento. Non è che abbia alzato il gomito, ma mi ventila dentro ossessiva un'elica eolica. E' il mio nessuno che delira e mi fa scorrere infantilmente il pollice sul telecomando.

Me la prendo con gli spot; ma in fondo sono la cinghia di trasmissione di molte trasmissioni; sono i bussoletti della noria segreta che dalla palude della massa tira su l'acqua dei miliardi. Se non sopporto i kolossal, se mi annoiano i gialli, ripeto, son cose mie.

E allora, clic: stupendi i cavalli della prateria! Poi subito una fiammante peugeot e accanto una ragazza dalle labbra camitiche a mimare una sequenza di stucchevoli simboli hard. Scusatè l'anglomania, non è colpa mia. Diciamo però che «motori e sesso, sicuro successo».

Clic: un «allegro» dell'ormai esotico Haydn, subito zittito da una renault-squalo che erompe dal mare fra spettatori allocchiti, senza un lampo di ironia, di senso del ridicolo. Sarebbe un'offesa alla grandeur: non si può sorridere degli affari. Scherza coi santi e lascia stare i franchi! Evidentemente Haydn aveva sbagliato canale. Come Vivaldi per un tanga, Beethoven per una coca, Bach per un visone. E Scarlatti, solenne, finito in un hatu e Boccherini in uno zampone precotto. Ma poi ti rincuora la mamma, acqua e sapone, che si affanna a raccomandare



l'ultimo assorbente, col puffetto o bacetto sul sederino del roseo porcellino.

Un altro pulsante: forse ci siamo. La rubrica «Ars Amanda»: interviste del Tg3 fatte a letto, «per carpire con garbo e astuzia femminili - così Radio Corriere TV - gli aspetti più intimi del carattere degli ospiti». E chi ti vedo su quella specie di moderno triclinio? Il signor Bruno Zevi; sì, il noto architetto, che, a forza di essere spogliato, più dentro che fuori, alla fine, come dice il cronista anonimo di Cola di Rienzo, «non ne rimase cica» (dopo il rogo). Sorridendo mi immagino Craxi o Andreotti in pigiama su un permafless ad acqua, che stentano a tenere il centro. Siamo alla intervistomania: ad ognuno il suo momento di gloria, anche alle signore «sì-no-niente». E' giusto, diamine! E che, solo i big e i vip debbono comparire sul video?

Clic: una ragazza un po' svampita, tutta spicchi e spacchi mozzafiato, lancia una strizzatina maliziosa; ma il dardo scivola sul cuoio del cuore come su un uovo di struzzo o s'impenna come in una pigna di cauciù. La raggiunge un fregnone in smoking, neoromantico e «molleggiato», senza un minimo di self's humor. Segue una sfilata di showgirls in pelliccia, orse maggiori e minori, morbide, vellicanti, la mossa impeccabile. Sullo sfondo, un balletto che vorrebbe essere classico, da basso impero, con le porno sexymimesi dei saxofoni. Dio mio! E con quale signorilità ti portano il caffelatte nel pitale ornato di fiori.

Ancora un bottone: nel cielo di Roma torreggia la Cupola e da un balcone altissimo scende sui mortali una voce marziana: «L'uomo, immagine di Dio...». Un guizzo di laser e sullo schermo il coro dello zecchino, una filza di spiedini per würstel. Dietro le quinte la banda dei quattro dell'antoniano. Splash! sfrecciano gli assi di formula due, carambola di bolidi, un finimondo. Niente paura: sul vicino canale, da un'arsa duna, si leva il sole di un sorriso. Ma l'occhio, da tempo un habitué, accenna un pisolino. Ai primi amori subentra uno strano attutimento; e mamma Tivù non sa più cosa ammannire per i suoi «dadoni» (per l'homo televidens).

Eppure c'è una nouvelle vague, l'ultimo Annunzio di Gabriele, l'immaginario: «Tristezza atroce della carne immonda / quando la fiamma del desio nel gelo / del disgusto si spegne». Né prendiamocela, almeno stavolta, con i predicatori dei

secoli bui.

Tutto come se nulla fosse stato. Lo schermo ritorna grigio, il cervello piatto. Tutto giace pari: il video non è il balocco dell'omologazione universale? Personalmente mi ritrovo in un'atmosfera di «Pioggia nel pineto», di «Addio monti», o di neve che cade senza vento, coprendo tutto, in un silenzio da day-after. Dopo il finale indiavolato di un western o d'uno s-concerto rock, è un lenimento «Finlandia» di Sibelius. Sibelius, Finlandia.

La violenza di un sorriso

Schiacciando i pulsanti a ritroso, mi blocco sul TG1 davanti alla burrosa Buttiglione. Ecco - mi dico - una ragazza a modo, sebbene, come tutte, con un tailleur nuovo ogni sera. Parla solluccherosa; passa da una notizia lieta a una triste con una voce neutra. Finché ti scarica addosso un sorriso, quasi al silenziatore, ma ben distinto dagli altri. Un sorriso in apparenza innocente, ma segretamente aggressivo, la cui spontanea prepotenza, inavvertita, è appena trattenuta fra le labbra: «E veniamo alle notizie della Borsa - en plein del sorriso... -: l'indice azionario MIB e Oro è partito alla grande. Benissimo i titoli guida, bene quelli di stato e le obbligazioni. Dollaro ai minimi, marco ai massimi. L'oro chiude l'ottava in netto rialzo. L'armata dei piccoli azionisti, partiti in 260.000, come neve al sole».

Quel sorriso compiaciuto, cordiale, così «smaile», (o Smaila?), ogni

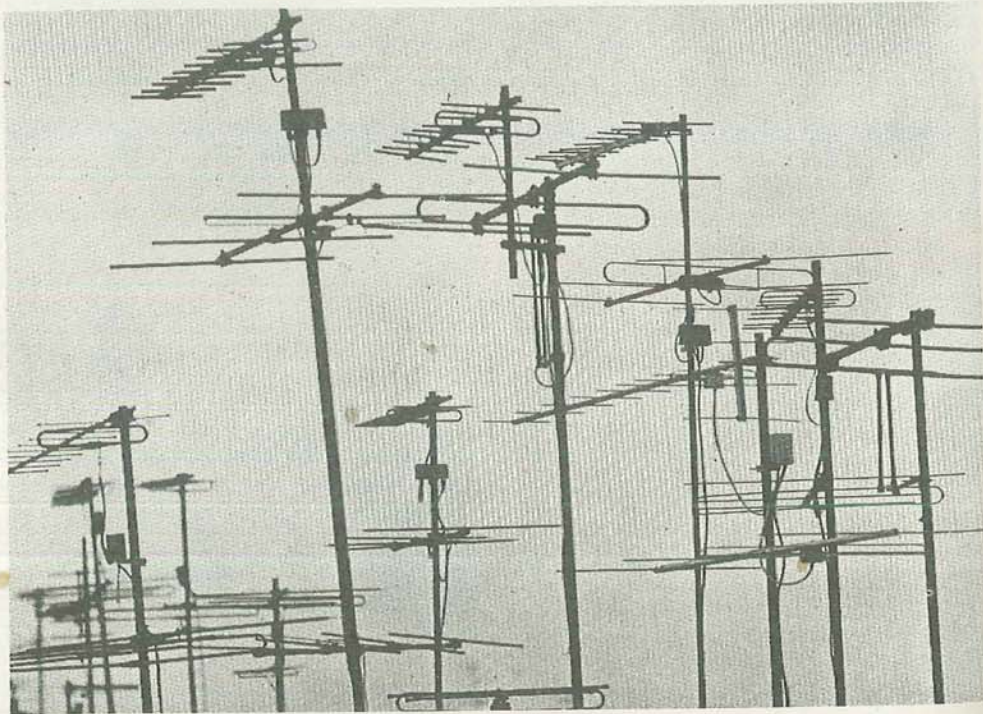
sera ti entra dentro soft soft, creandoti un'atmosfera tra euforica e malinconica, con quel penoso-gioioso saliscendi di crolli e rialzi, decelezzioni e risalite. E si lira non liras-set? Ma quel sorriso per ciò che sembra unicamente valere, pesare, contare nel mondo; quel sorriso venuto dal nulla ti aggredisce galetto. Fo' per dire: chi non brinda alla salute della Borsa ed anche ai «Caduti» di piazza affari?

Intanto l'obiettivo si sposta dal tragicomico agitarsi degli azionisti nella Hall della Borsa, zigzagando l'indice su un mappamando affrancato di (non da) valute pregiate.

Sua Emittenza e vostra utenza

Non capisco tante lagnanze. E dire che gli omogeneizzati non mancano, per farci crescere alla svelta e secondo una medesima statura. E' una violenza che esige connivenza. Ti portano via le palline degli occhi; ma sei tu a lasciartele scorrere dove vogliono gli altri. Vi pare onesto colpevolizzare soltanto i padroni delle reti e delle testate? Tutto, o quasi, dipende dagli utenti, da noi. La colpa parte dalla domanda, anche se furbescamente prede-terminata e teleguidata. Giustamente si dice: «La nostra è la vostra trasmissione». Così si passa da teletendenti a teledipendenti a telecomandati. Anche le editrici stampano ciò che si vende nelle edicole.

Parola di conduttore: «Mi farete le domande che vi suggerisco io». Parola di giornalista: «Leggete con



ironia e scetticismo, perché i giornali debbono stampare bugie, anche se non sempre sono menzogne (?)». Che siano andati a scuola dai vetero-gesuiti?

È tuttavia siamo messi nella straordinaria occasione di poter vedere scorrerci sotto gli occhi la commedia umana no stop. E' la carenza di senso critico di fronte ai messaggi audiovisivi che ci rende facilmente vittime della scaltrezza manageriale dei big della finanza e dello spettacolo. Di fronte alla tivù, siamo un po' come certe signore contegnose che lì per lì rifiutano sdegnosamente profferte ruffiane, per poi concedersi con passione di-struggente; oppure siamo come cartoni di latte che, mentre si vuotano, singultando trangugiano aria.

Il risvolto più insidioso dei mass media è quello di indurre negli utenti la progressiva incapacità di percepire il falso, il bluff, l'artefatto e anche il banale, di gran parte delle trasmissioni.

Tutto diviene funzionale alla mercificazione, anche i drammi più passionali. Così l'uomo è sempre più estraneo a se stesso, e la donna, per stare a galla, sempre più leggera e in svendita. Così la nave va, come l'immenso ovale di uno stadio gremito di fans delle rockstars. Così assistiamo impotenti, quando non conniventi, al pilotaggio dell'opinione pubblica verso interessi economici e politici di potenti oligarchie. Un'oculata persuasione occulta ci rende moralmente daltonici: non distinguiamo più i colori, ma nemmeno il bene e il male.

Diciamo pure tutto il bene che si può dire della gente, sono più che d'accordo, ma nessuno purtroppo riuscirà a provare che non è vero che «la gente vuole essere ingannata». E' un maledetto proverbio latino «vulgus vult decipi»: che sia nato per la prima volta fra la gente? Ma consoliamoci: «Le mode hanno sempre influenzato gli sciocchi e sono servite da trampolino agli ambiziosi» (Lalla Romano). Vogliamo sperare di non essere tra quegli sciocchi complici degli ambiziosi e dell'auto-mercato. Non ci si può condizionare al tutto e subito, al rapido successo e al facile consumo, ai modelli snob e ai sondaggi Doxa.

Conclusione: Mio Dio, quante corbellerie (che ho scritto)! Fa' che anch'io, come Orlando, trovi un Astolfo che mi riporti dalla luna il ben dell'intelletto, per smettere i panni del lunatico e rientrare nei ranghi. Grazie, mamma tivù!

telenotes

L'indice d'ascolto si punta su di noi

a cura dell'AIART

Spettatori e complici

L'Associazione Italiana Ascoltatori Radio e Teatro-Cine-Telespettatori (AIART) rappresenta un tentativo di visione critica dei mezzi di informazione e della loro violenza. Ha pubblicato di recente «Una ricerca sulla violenza in TV» (in «Ricerche didattiche 1989» via Carini, 28 - 00152 Roma). Pubblichiamo alcune considerazioni prese dal mensile dell'Associazione, «Il Telespettatore», ccp 1039; 00144 Roma Eur.

Ci permettiamo però una sollecitazione. E' notizia recente che la RAI-TV sta vantandosi perché tutto il territorio tunisino riceve le sue trasmissioni; cosa dice l'AIART di questa e di altre situazioni analoghe che noi definiamo invasioni più soft ma più violente dei carri armati?

Il «Times» del 17 marzo scorso ha scritto che alla televisione italiana si è verificato un totale «ribaltamento dei valori riconosciuti fino a poco tempo fa», provocato da una spietata concorrenza tra televisione pubblica ed emittenza privata. Tra le manifestazioni più evidenti del progressivo peggioramento delle trasmissioni televisive italiane il «Times» indica il genere dello «scoop-spazzatura», dal «buco in diretta» di Canale 5 a «Io confesso» di RAI 3, via via fino a «Telefono giallo» ed alle riprese effettuate nelle aule di giustizia. In Italia, commenta il «Times», manca un effettivo controllo legislativo, e la TV «brancola nel buio». Ma la soluzione, secondo il giornale, non può venire solo dai politici: forse ci vorrebbe uno sciopero dei telespettatori che tuttavia sembrano troppo incollati ai loro televisori per decidersi ad agire.

Ritarda in Italia la regolamentazione del sistema radiotelevisivo, ritarda l'emanazione di importanti documenti sulla televisione in sede europea, e intanto i testi continuamente rielaborati avvicinano sempre di più le norme agli interessi delle grandi imprese private. Il tempo, purtroppo, è un alleato di chi si batte ancora accanitamente per la deregulation ed appare legittimo il sospetto che si voglia definitivamente consacrare la decadenza della televisione a strumento di un solo potere: potere politico e potere economico-finanziario, strettamente alleati in una battaglia che vede sconfitte le ragioni dello sviluppo culturale e della promozione civile.

Il mensile TV World del febbraio scorso registra il calo dell'ascolto televisivo in Italia, che noi in questa colonnina abbiamo da tempo segnalato. Il giornalista Stephan Dembner si riferisce in particolare alla diminuzione dell'ascolto registrato dalle emittenti di Berlusconi e cita il fiasco di alcune trasmissioni che dovrebbe indurre «il sempre sorridente Berlusconi», a tremare. Ma se è vero che tra i telespettatori italiani sembra regnare «una decisa preferenza per la fisionomia e soprattutto per la politica pubblicitaria della RAI» (che limita il numero degli spot e che non interrompe i programmi), bisogna registrare il complessivo slittamento verso il basso dell'intera programmazione della nostra TV. Siamo noi telespettatori comuni che dobbiamo tremare davanti ad un teleschermo sempre più povero di proposte costruttive e sempre più carico di quiz, di premi, di promozioni, di sponsorizzazioni, di sensazionalismi, di piccoli fans e di grandi imbonitori.