

I QUADERNI DELLA SPERANZA

a cura di Filippo Liverziani

Il Convivio, centro di studi e comunità di ricerca

Via dei Serpenti, 100 00184 Roma Tel. 06/4819983-9669204

22

L'AVERE, L'ESSERE E L'ALDILÀ

- 1. L'avere, l'essere e l'aldilà**
- 2. Il degrado spirituale nel nostro vivere d'oggi**

INDICE

	Pag.
<i>Saggio primo</i> - L' avere, l' essere e l' aldilà	4
<i>Saggio secondo</i> - Il degrado spirituale nel nostro vivere d'oggi	10
1. Il consumismo, eutanasia dell' uomo d'oggi	10
2. Spiegazione (invero molto abbreviata) di come il consumismo si genera	10
3. L' antipedagogia consumistica	11
4. Il consumatore preso d'assedio	11
5. I messaggi "personalizzati"	11
6. Il consumatore ipnotizzato	12
7. Mantenere la gente al livello più basso	12
8. Evadere e decollare? Grosse difficoltà	13
9. È ben difficile sottrarsi a quel continuo ossessivo intrattenimento e indottrinamento	13
10. Non si è mai lasciati in pace a sviluppare in autonomia una propria vita interiore	14
11. Non si sa più leggere	14
12. Non si sa più riflettere in profondo, nè si sa più veramente volere	15
13. Si è incoraggiati a esercitare la volontà solo in uno stretto ambito tecnico funzionale all' espansione dell' industria	16
14. Crisi dell' immaginazione	16
15. Crisi della riflessione e, più in genere, dell' interiorità	16
16. Il chiudersi nel guscio della famiglia, divenuta pura comunità di consumo	17
17. Crisi del rapporto col prossimo	18
18.11 trionfo dell' "usa e getta" e suoi risvolti umani e metafisici	18
19. Crisi dell' impegno religioso	19
20. Santa Madre Chiesa e Mamma Televisione	20
21. Quando la morte mette in crisi il consumismo	21
22. Quando lo stesso male ci offre occasioni di bene	22
23. Ma l' essere colpiti da una disgrazia non basta, di per sé, a maturare nessuno; mentre, dal canto loro, i neofiti del consumismo sarà meglio lasciarli a coltivare entusiasmi, che del resto appaiono ben comprensibili in termini psicologici e storici	22
24. Su chi fare assegnamento, allora? Direi: su chi abbia positivamente conseguito una vera maturazione interiore	23

Saggio primo

L'AVERE, L'ESSERE E L'ALDILÀ

Contesto vivacemente ed ho quasi in onore la pratica — oggi, purtroppo, assai diffusa — di tenere la radio accesa ad oltranza, ad ogni costo e in ogni momento, e soprattutto di imporne il chiacchiericcio a qualunque ospite, se non addirittura vicino di casa, nel presupposto che anche lui abbia bisogno di quella “compagnia” per non rimanere mai solo con i propri pensieri.

Nondimeno accendo anch'io la radio, e ben volentieri, se c'è qualcosa che mi interessa. Fra tutte prediligo una certa stazione, che non c'è bisogno di nominare, la quale offre notiziari, rassegne di stampa, interviste e commenti politici, con la trasmissione anche in diretta delle sedute del parlamento e dei consigli comunali e dei grandi processi.

Scorrendo quel vero deserto che è la gamma delle emittenti radiofoniche a modulazione di frequenza, una più insulsa dell'altra, la stazione di cui parlo mi pareva una delle poche oasi.

Senonché un brutto giorno quella radio è stata costretta a sospendere le sue normali trasmissioni per esaurimento di fondi e sovvenzioni mancate. Ed è stato allora che il suo vulcanico promotore ha avuto una ennesima pensata geniale: di dare la parola alla gente, permettendo a chiunque volesse di incidere messaggi alla segreteria telefonica.

In astratto non era poi tanto male l'idea di dare alle persone comuni la possibilità di esprimersi liberamente. Ora però, “la gente” non è solo quella benpensante di paese che di continuo ci giudica, cui si riferisce la burbera simpaticissima Tina Pica in un certo film quando esclama: “La gggente!” Con l'affacciarsi alla ribalta di una gente ben diversa, “Radio Gente” è divenuta “Radio Parolaccia”.

Purtroppo, di quel microfono si sono impadroniti tutti i ragazzacci d'Italia. E hanno finito per dare esternazione libera non tanto al loro pensiero, a quanto pare assai “debole” quanto piuttosto a un mitragliamento senza limiti e senza fine di espressioni di odio, di disprezzo, di rivalità tra Nord e Sud e relative città e squadre di calcio, di ingiurie, coprolalie, sconcezze d'ogni genere, blaterazioni d'ogni sorta, maledizioni, bestemmie, minacce di violenza e di morte e di stragi fino al genocidio di tutti i “terrone”, fino al totale sterminio di quelli e quegli altri e quegli altri ancora, in un ossessivo e folle crescendo apocalittico.

Ho riaccessato la radio per vari giorni alle ore più diverse: linguaggio e motivi erano sempre quelli. Ci ho fatto un vero studio psicologico. Quelle esternazioni sono state, in tutto, centinaia di migliaia. E hanno preso la parola quasi tutti giovani e giovanissimi.

Giovane sono stato anch'io. Della gioventù ho condiviso mentalità e comportamenti, non sempre del tutto commendevoli, o almeno li ho subiti. Non voglio, certo, idealizzarli nel ricordo. Ma che una tale carica di aggressività fosse così profonda e diffusa, è qualcosa che non mi aspettavo né in quella forma, né in quella massiccia dose: ne sono ancora sotto shock. C'è da vacillare all'impatto con tutta quell'immondizia psicologica, come travolti da un poderoso fiume di letame.

Si comprende bene come certe forme di criminalità possano, oggi, manifestarsi negli ambienti più impensati e come altre possano dar luogo a veri fenomeni di massa.

La cattiveria e la violenza continuata, sistematica, ossessiva del linguaggio di quei ragazzi non è la sola cosa che colpisce: mette impressione la bassa qualità dei pensieri,

dei sentimenti, delle immagini, dei contenuti espressi.

Siamo, qui, in una situazione-limite. Ma, se dai “ragazzacci” che hanno telefonato a quella radio vogliamo passare alla gente più moderata e perbene, a “la gggente” di Tina Pica, nemmeno lì ci sarebbe tanto da stare allegri.

Tra la gente cosiddetta perbene impera una mentalità consumistica, la quale pare abissalmente lontana sia dal Vangelo come da qualsiasi culto di valori umani autentici. È una mentalità gretta, che tende a rinchiudere gli esseri umani nel guscio della famiglia, di una famiglia che tende a ridurre a mera entità economica, finalizzata al guadagno e al consumo.

Il consumismo si dà un codice di comportamento, si dà un’etica. Ne scaturisce una predicazione, una continua martellante proposta di nuovi e diversi valori. Sono valori di segno decisamente opposto rispetto a quelli che ci proponevano le tradizioni religiose e spirituali in genere.

Ridotta a schema, la morale consumistica è: bisogna guadagnare molto per potere consumare al massimo; bisogna correre ad acquistare apparecchi televisivi, frigoriferi, lavatrici, automobili, se possibile motoscafi, secondo modelli costosi e sempre nuovi. Solo così possiamo dimostrare a noi stessi e agli altri che siamo persone rispettabili.

Ci condanniamo, altrimenti, a scadere nella considerazione dei conoscenti e vicini di casa e a perdere anche la stima di noi stessi. Il non-consumo è il vero peccato mortale.

Il lasciare invecchiare di qualche mese elettrodomestici, automobili ecc. pur funzionanti in modo perfetto sarebbe un peccato minore, veniale: assolutamente da evitare anche quello, ma perdonabile se ci si ravvede.

Naturalmente tutti questi soldi che escono dalle nostre tasche ci debbono pure entrare in qualche modo. La maniera in cui ci entrano pare che non sia tanto importante per l’etica dei nuovi moralisti del consumo.

Tante volte noi sogniamo ad occhi aperti quel che magari, in pratica, non faremmo mai. Ecco, allora, la caterva di film che ci consentono di vivere per procura le storie di persone che hanno fatto rapidamente tanti soldi con pochi scrupoli. Ecco le storie di “uomini d’oro” che rapinano gioiellerie e banche violandone perfino i preziosi caveaux con colpi da fare epoca.

Una volta passeggiando per Napoli ebbi occasione di incrociare due ragazzi sui sedici-diciassette anni che parlavano animatamente tra loro. Ne colsi una sola battuta: “Ampresse e assaie!” Cioè: “Subito e tanti!” Di che? Di soldi, ovviamente.

C’era una volta la predica del prete, che ci parlava di Dio, della vita eterna, dell’amore del prossimo, della bontà, della santità. Poi è diventata uggiosa e si è detto: “Basta con le prediche!” Di prediche sembra, però, che non si possa fare a meno tanto facilmente.

Ecco, allora, gli apostoli della nuova religione che ci sottopongono a una predicazione continua, affacciandosi da tutti i possibili pulpiti e tribune, occhieggiando dalle pagine di quotidiani e settimanali a rotocalco, entrando in casa dagli schermi televisivi a tutte le ore. Ci rappresentano, con dovizia di immagini, i nuovi paradisi consumistici. E chi non si lascia convertire è additato, nuovo peccatore, alla pubblica riprovazione. S’intende, non per dannarlo, ma al fine benefico di scuoterlo.

Pare che tutto questo sia inevitabile: la produzione deve sopravvivere ed espandersi; perciò deve indurre tutti ad aumentare i consumi. Proporrà, sì, modelli nuovi e sempre più aggiornati; ma, più in generale, tipi e livelli rimarranno i medesimi. Inventare nuovi tipi di consumo e livelli qualitativi più alti sarebbe impresa ben ardua e di esito dubbio.

C’è da sperare che intervengano fattori estranei di natura un po’ più positiva; altrimenti, nell’interesse delle loro aziende, i managers della produzione industriale e

commerciale si sentiranno sempre più in dovere di ribadire il consumismo nel cervello della gente, indottrinandola e convogliandola in quella direzione.

L'economia è regolata dalla domanda e dall'offerta: offre secondo la domanda; e sostiene e promuove la domanda, se è insufficiente. Lo fa come può, nella maniera più economica. Perciò si adegua al livello della domanda. Mai si sforza di alzarne il livello. Sarebbe troppo dispendioso.

Quando il consumatore divenisse meno succube, quando divenisse più adulto e atonomo nelle sue scelte, potrebbe farne di più costose per la produzione. Questa, perciò, ha ogni interesse di mantenere il consumatore in uno stato permanente di minorità, di immaturità, di sopore ipnotico, di beozia, che meglio lo conservi piegato all'obbedienza.

Industria e commercio hanno bisogno di consumatori di sempre più facile comando. Se il consumatore si ribella ed esige qualcosa di diverso, la produzione si adegua, affrontando costi superiori al previsto; ma, finché la situazione si mantiene tranquilla, non ha alcun interesse a "svegliare il can che dorme".

La produzione offre buoni libri a quelli che li chiedono; gli offre ottime riproduzioni d'arte e registrazioni musicali, ottimi film e un complesso imponente di materiale didattico-educativo adeguato, con invenzioni e innovazioni geniali. Lo fa per venire incontro a quella particolare domanda.

Ma che ne è della massa degli utenti, che non domanda proprio nulla di speciale? Gli si possono offrire prodotti meno rifiniti, quindi meno costosi, perciò dozzinali e scadenti, come a quegli animali domestici dalla contentatura più facile, cui si gettano avanzi di cibi altrimenti destinati alla pattumiera.

Come si è visto, la produzione si adegua ai gusti e alle esigenze dei più, senza fare il minimo sforzo (che sarebbe antieconomico) per migliorare quella gente, per educarla. Ma la gente, dopo che sia sfamata di pane, vuole i circensi: ama essere intrattenuta, divertita, assecondata, solleticata da un po' di sesso, eccitata da un po' di violenza, cullata da un po' di tenerezza e di suoni d'organo e di campane, spaventata da un po' di thrilling, rassicurata da un lieto fine e mandata infine a dormire tranquilla.

Da quando i mezzi di comunicazione di massa esistono, fatte salve certe isole di vera intelligenza, di autentico humour, di reale impegno artistico, scientifico, politico-sociale, l'oceano di tutto il resto è una immensa distesa di mediocrità. Oggi, però, abbiamo imboccato una discesa a precipizio sempre più verticale.

Si considerino i programmi che ci offre ogni sera la televisione con le sue diciamo trentacinque reti pubbliche e private a portata di mano. È ben difficile trovare qualcosa di appena decente. Il materiale offerto è ogni anno più scabroso o violento nel senso più sadico. Pare che il pubblico in genere non provi più interesse che a quel che possa violentarlo.

Qualcuno replicherà: la colpa non è della gente, è delle stazioni televisive che offrono quei prodotti. Senza colpevolizzare nessuno (per carità, non si fa più!) viene solo il forte sospetto che l'allineamento di tutte le stazioni su quel tipo di prodotti non sia per nulla imputabile a una sorta di cospirazione delle emittenti; né sia riconducibile a una loro volontà di male; si possa, piuttosto, far derivare da una loro comune valutazione di convenienza economica.

Se il pubblico richiede o almeno gradisce quei prodotti, perché negarglieli? Disattendere, deludere gli utenti sarebbe antieconomico, si è detto. La domanda è quella, l'offerta deve adeguarsi alla domanda. È una valutazione crudamente economica, d'accordo; ma, da quel punto di vista esclusivo, il ragionamento è corretto.

Più ancora che il degrado dell'offerta, mi preoccupa il degrado della domanda. La

gente richiede prodotti degradati perché essa stessa è, nell'intimo, degradata.

Nel 1969 andai con mia moglie a Londra, dove soggiornammo una quarantina di giorni. Avemmo occasione frequente di vedere la televisione e rimasi sbalordito dalla bassa qualità media di quel che veniva proposto sul piccolo schermo. In Italia avevamo, a quel tempo, soltanto la RAI, con programmi che, tutto sommato, si potevano ancora vedere. Ci meravigliavamo della presunta arretratezza dei programmi inglesi, senza poter prevedere che, di lì a pochi anni, noi italiani li avremmo egregiamente emulati.

I tapini non avevano realizzato che la loro televisione nazionale era in ritardo sui tempi e che quella inglese era più aggiornata e, diciamo, progredita, se la direzione del progresso doveva essere quella!

È “colpa” (si noti che uso le virgolette) della gente, che vuole quei prodotti? o è “colpa” della produzione che glieli sforna? Chiedersi quale sia la causa e quale, invece, l'effetto equivale a riporsi il problema antichissimo se si dia prima l'uovo o la gallina.

Certo l'input è quello; e perciò l'esternazione non può essere, qualitativamente, tanto diversa. Poi, se tale è il cibo, è difficile che l'appetito sia di un cibo tanto dissimile. Nessuno ha mai pensato, finora, a offrire alle tigri, o alle aquile, o ai formichieri, o ai granchi, piatti di cucina francese che, se prelibati per noi, ai loro palati potrebbero dire ben poco: ma, chissà, può anche darsi che ne diverrebbero ghiotti. È vero che gli animali domestici sono, ormai, divenuti onnivori; ma è pure chi, da epoca remota, ha cominciato a proporgli quei cibi alternativi.

Respirare, ingerire, percepire, mutuare, assimilare nei più vari modi sostanze venefiche vuol dire inquinarsi. L'inquinamento si esprime, oggi, su scala crescente, impressionante, nelle più diverse forme: è un inquinamento radioattivo, c'è un inquinamento dell'aria, del suolo, dell'acqua, c'è un inquinamento termico, c'è un inquinamento acustico, c'è un inquinamento alimentare: a questo punto si può dire che si sta contaminando — da un bel pezzo — quel che alimenta il nostro spirito; da qui in avanti il discorso non potrà non includere l'inquinamento spirituale.

C'è un criterio oggettivo per definire l'inquinamento dello spirito? per misurare fino a che punto la nostra civiltà industriale, scientifico-tecnologica, consumistica ci ha realmente avvelenato, ha degradato la nostra umanità? Questa antropometria interiore non pare oggettivabile in tutto; ma ha, comunque, i suoi validi criteri. Possiamo, qui, limitarci ad alcune constatazioni inoppugnabili.

I giganteschi progressi delle scienze, delle tecnologie, dell'organizzazione economica e politico-sociale sono stati favoriti in gran parte da un atteggiamento di attenzione esclusiva al mondo, alla sfera dell'aldiquà, e da una messa fuori campo di tutte le causalità metafisiche, di qualsiasi considerazione dell'aldilà e delle realtà trascendenti. La civiltà moderna è una grande preziosa medaglia, che ha però, decisamente, un suo rovescio.

Industrializzazione e sviluppo economico sono stati resi possibili immettendo una gran massa di uomini alle catene di montaggio e trasformandoli in macchine per lavorare. L'ulteriore espansione del sistema industriale in tal modo creato è stato reso possibile convertendo i medesimi da macchine per lavorare in macchine per consumare.

Alleggerito nei suoi orari di lavoro e pagato meglio, trasformato in consumatore, l'“uomo-massa” della nostra civiltà è divenuto “uomo a una dimensione”. Si è venuto in lui ad appiattire ogni spessore ontologico-metafisico. È venuto in lui sempre meno il senso dell'essere, del sacro, del divino, dell'altra dimensione, della vita dopo la morte. E ancora dei connessi “eterni problemi”: se si dia un assoluto; se l'uomo abbia una finalità ultima assoluta; se ci siano, per lui, parole di vita eterna.

Nel modo di vivere del nostro tempo l'uomo non è mai lasciato a se stesso. Il tempo libero aumenta, ma la produzione lo occupa in tutte le possibili maniere, con le sue continue proposte di fare questo e quest'altro. L'uomo si disabituava a rimanere solo con se medesimo: ne ha orrore; ha continuo bisogno di venire intrattenuto, di udire, se non voci discorsi e cronache, almeno suoni.

Viene, quindi, sempre meno la dimensione del raccoglimento, del silenzio interiore, della meditazione, della maturazione, della silenziosa comunione con Dio e con gli uomini.

Trattato come cosa, l'uomo d'oggi tratta come cose anche i suoi simili, oltre che se medesimo riducendosi a macchina per consumare. Egli consuma i suoi simili; e usa e getta se medesimo, bruciando tutte le proprie risorse interiori, così come brucia il carburante dell'automobile.

Abbiamo consumato le nostre riserve di umanità, di interiorità, che nulla più alimenta. Abbiamo esaurito quell'intimo patrimonio che non ci siamo curati di ricostituire. Abbiamo inaridito ogni nostra capacità anche proprio di consumare: di fruire, di godere.

Tutto ci viene a noia. Siamo alla ricerca di qualcosa che ci scuota, di qualcuno che ci violenti. Non sappiamo più nemmeno divertirci e stare allegri. Ci siamo maltrattati, ci siamo buttati giù e buttati via.

Certe verifiche possiamo operarle già da ora, in questa vita terrena. Ma poi, a meno che per paura o per remore invincibili si voglia a tutti i costi evitare di parlarne, ci sarebbe da porsi il problema di quella verifica ulteriore che ci attende nella vita dopo la morte, nell'altra dimensione.

Sulla base di che si può aprire e svolgere un discorso del genere, a questo livello? Sulla base di ragionamenti astratti, come nelle argomentazioni di filosofi circa Dio e l'immortalità dell'anima? Certamente: anche su questa.

E poi sulla base di una fede accordata a quel che ci dicono altre persone, sia pure in nome di una rivelazione divina, come nelle religioni tradizionali? Anche su questa base, di certo.

Ma soprattutto direi che il discorso sull'altra dimensione va aperto e svolto sulla base dell'esperienza che se ne può avere.

Dell'altra dimensione si può sapere qualcosa attraverso le esperienze fuori del corpo e di premorte. Sono esperienze che fanno: le prime, chi si sdoppia dal corpo fisico e pur continua a vivere, fuori di esso, nella pienezza delle proprie facoltà; le seconde, chi, a seguito di un arresto cardiaco o simili, in certo modo ricorda e può attestare di essersi affacciato per qualche momento come alla soglia dell'aldilà, ai suoi cancelli d'ingresso.

Sono esperienze che molti soggetti umani possono compiere da vivi sulla terra, tornando poi indietro a raccontarle. Inoltre le attestazioni di tali esperienze possono venire confrontate con le testimonianze medianiche, attribuibili ad anime trapassate che tornano a comunicare con noi ormai solo per quella via.

Si può dire che le testimonianze delle esperienze fuori del corpo e di premorte e poi le testimonianze medianiche su come avviene il trapasso e di come poi si sopravvive nell'altra dimensione ci offrono un materiale di informazioni tutte coerenti e sulla medesima linea.

Alla luce di tutto questo che ci viene a risultare dell'altra dimensione e della vita dopo la vita, quali conclusioni possiamo e dobbiamo trarre nel merito di certi nostri comportamenti terreni, su certe nostre abitudini? Così agendo, così pensando e operando, in che modo foggiamo noi stessi e il nostro destino ultimo?

Cominciamo col notare una cosa abbastanza ovvia: trapassando, noi non ci portiamo

appresso né le nostre case, né il nostro conto in banca, né i nostri elettrodomestici, automobili, motoscafi e via dicendo. Tutto quel che *abbiamo*, lo lasciamo qui; approdiamo all'altra dimensione solo con quel che *siamo*.

E che siamo, se non quello che abbiamo fatto di noi stessi? Il pensiero è creativo. Sono i pensieri che modellano la nostra anima, prima ancora che le azioni. Queste derivano da quelli, ne conseguono: tanto più, quanto più i pensieri sono chiari e forti, quanto più profondamente impregnano l'anima e l'essere intero di ciascuno di noi. È dalla qualità dei pensieri che dipende se la nostra anima sarà pura e luminosa o, all'opposto, gravata da scorie.

E quali sono i pensieri più negativi, che per la vita futura ci preparano maggiori difficoltà, maggiori disagi e sofferenze? Certamente i pensieri egoistici, con ogni forma di egocentrismo e di ambizione disordinata. Poi l'odio, il desiderio di vendetta e di rivalsa, i rancori. Anche la mancanza di generosità, la preoccupazione eccessiva della quiete e dei comodi propri, l'indifferenza per gli altri.

Per ultimo — non certo ultimo in ordine di importanza — c'è il fatto che i materialisti e gli atei, insieme a tutti coloro che non siano capaci del minimo atto di fede, di disponibilità, di abbandono a quel che l'intima ispirazione suggerisce, troveranno molte difficoltà a inserirsi in un mondo puramente spirituale, dove il nostro spirito respira e vive solo attingendo allo Spirito.

Provare per credere. Chi morrà vedrà. Tutte queste cose intanto le sappiamo non solo per una nostra intuizione, ma soprattutto per quel che ce ne viene attestato in maniera concorde dalle comunicazioni medianiche.

L'approdare all'altra dimensione con l'anima impreparata, avvolta e imbozzolata in quei giri di pensieri che finiscono per soffocarla, ci espone a lunghe anticamere, a lunghe fasi di purificazione in una condizione di solitudine, dove si avrà tutto il tempo di ripensare agli errori commessi e alla necessità di ripudiarli e ripararli.

Tra le sensazioni penose che si avranno in tale stato c'è quella, assai spiacevole, di trovarsi avvolti nella nebbia e nell'oscurità. Ci potranno essere momenti di disperazione; ma non bisogna disperare mai della misericordia di Dio, che è infinita ed è perennemente all'opera anche nell'altra dimensione attraverso l'azione di tutte le guide spirituali ed anime buone.

Una ricerca approfondita sull'altra dimensione, dove tutti i nodi vengono al pettine, ci renderà consapevoli del carattere negativo che tanti pensieri hanno per noi.

E quali saranno, allora, i pensieri positivi? Soprattutto l'amore di Dio, con l'amore del prossimo che ne consegue insieme all'amore ordinato di se stessi. Quindi la carità, l'essere buoni e umani. E la speranza e la fede. "Fede" è non solo aderire con l'intelletto a un elenco di verità, ma prima ancora è abbandonarsi con fiducia all'iniziativa divina, che è solo di bene, e solo intende al vero bene di tutti e di ciascuno.

Stiamo sempre attenti a considerare come la qualità dei nostri pensieri prepari la nostra vita dopo la vita. Nel parlare di queste cose, nessun terrorismo spirituale mi anima davvero: nessun desiderio di emulare i racconti spaventosi che una volta preti e monache facevano spesso e volentieri, per pie finalità di edificazione.

Le conclusioni cui perveniamo sono desunte da una considerazione obiettiva di fatti. Sono fatti abbastanza evidenti, anche se non tutti li conoscono e si interessano di conoscerli. Chiarendoli a chi ci ascolterà e leggerà, gli faremo certamente del bene. Parimenti come faremo del gran bene a noi stessi ogni volta che dedicheremo un po' di attenzione e di riflessione a queste verità salutari.

Saggio secondo

IL DEGRADO SPIRITUALE NEL NOSTRO VIVERE D'OGGI

1. Il consumismo, eutanasia dell'uomo d'oggi

Noi giustamente inorridiamo dinanzi alle guerre e ai genocidi, purtroppo sempre di attualità. Quelli che non hanno perduto la memoria storica inorridiscono delle due guerre mondiali, dell'Olocausto nei campi di sterminio di Hitler, delle Grandi Purghe staliniane, delle foibe, dell'arcipelago Gulag e di tutte le atrocità compiute solo nel corso di questo secolo, che doveva essere il più civile tra quelli della lunga travagliata storia degli uomini.

È, però, in atto un'altra e diversa espressione di genocidio più sottile, più "dolce", di cui ben pochi si accorgono. A me fa impressione questa forma nuova. Lascio ad altri la fatica più lieve, il compito più facile di impressionarsi per quelle che sono le forme di sterminio più tradizionali e più evidenti.

Ora desidero parlare di quel consumismo, che è così strettamente legato alla rivoluzione industriale e al nostro tipo di società e a tutta la nostra maniera di vivere. Ho analizzato altrove le cause di tali fenomeni. Mi limiterò, qui, a svolgere una fenomenologia della nostra esistenza di uomini d'oggi, considerandola proprio nei suoi termini più spiccioli e quotidiani.

2. Spiegazione (invero molto abbreviata) di come il consumismo si genera

Premetterò, in poche parole, che l'espansione dell'industria esige una sempre maggiore pianificazione dell'attività produttiva. Questa, a sua volta, esige che la domanda di prodotti da parte del pubblico si mantenga il più possibile nei binari dei programmi già stabiliti.

Di fronte a un mutare della domanda, la produzione si adegua sempre. Ci sono, però, spese incomparabilmente maggiori. La convenienza economica delle aziende produttrici esige una domanda bene addomesticata e di buon comando; un pubblico il quale si accontenti di quel che la produzione stessa gli suggerisce di acquistare; una massa di consumatori fedeli.

Quindi, per forza di cose, mossa dalla sua stessa logica di profitto, la produzione cerca di mantenere i consumatori in uno stato di soggezione continua.

La fedeltà dei consumatori non deve dipendere da un appello alle loro facoltà razionali. Chi ragiona col proprio cervello è autonomo. Ecco perché l'arte pubblicitaria preferisce rivolgersi, anziché alla razionalità dei consumatori, alla loro emotività: per suggestionarli, al limite per ipnotizzarli.

3. L'antipedagogia consumistica

Ecco allora che la pubblicità preferisce interpellare i consumatori con argomenti che si usano con i bambini. Diciamo anzi: gli parla come a bambini che si vuol mantenere

tali anziché aiutare a crescere.

Un buon educatore è sempre vigile, ma sa anche parlare ai bambini come a “piccole donne” e ad “ometti”, incoraggiandoli, per quanto possibile, ad agire in maniera autonoma con senso di responsabilità. Un autentico educatore si vergognerebbe di rivolgersi ai bambini come gli parla la pubblicità commerciale.

Nel suo indirizzarsi ai consumatori, la voce della produzione eccita la loro emotività nella direzione più regressiva, più involutiva, aggiungiamo più ambigua. Eccita in loro la vanità di esibire costosi giocattoli, il desiderio di competere, la rivalità col vicino di casa. Ingrediente essenziale un pizzico di erotismo.

4. Il consumatore preso d'assedio

Così opera soprattutto la pubblicità televisiva. Ma le altre forme di promozione non scherzano nemmeno. Da ogni possibile spazio la pubblicità occhieggia a te, cliente da conquistare o mantenere soggetto. Cartelloni, inserzioni, pagine di giornali, foto, scritte luminose, sketches con accompagnamento di musicchette.

E all'improvviso può capitare che una delle tue amiche più simpatiche ti riveli di essere divenuta anche lei propagandista di una ditta, poniamo, di prodotti di bellezza e ne offra qualche campione a tua moglie; e magari vi preghi, in nome dell'amicizia, di aiutarla a guadagnare qualche soldino, di cui ha necessità, invitando altre amiche in casa vostra per una dimostrazione. Insomma si è pressati, aggrediti, assediati, presi in contropiede e traditi da tutte le parti: e non ci si può più fidare di nessuno!

Spettacoli intramezzati dai “consigli per gli acquisti”: neologismo creato per non dovere ripetere la solita fastidiosa parola. Con la pubblicità si vorrebbe intramezzare ogni atto della vita e della giornata. Si vorrebbe entrare nei sogni della notte: presto ci si riuscirà. Un vivere che sia semplicemente un vivere da uomini, e basta, tra poco non ci sarà più.

5. I messaggi “personalizzati”

Accanto alla pubblicità per la quale ogni tanto ti suonano al citofono per poterla mettere nelle cassette in androne, c'è quella postale vera e propria. Ci sono le lettere “personalizzate”, che iniziano col vocativo “Cara signora Maria Rossi” o “Caro rag. Roberto Bianchetti” e così via.

La personalizzazione è ottenibile col computer nel modo più automatico; però quel sentirti chiamare per nome ti fa sentire qualcuno, quando immediatamente non realizzi che il tuo nominativo lo hanno preso dall'elenco del telefono.

“Mi chiamano per nome”, dici, “per farmi sapere che a loro i miei consigli sono stati preziosi!” E ti senti importante e parte attiva nella stessa conduzione della ditta. Il più spesso ti fanno sapere che hai vinto qualcosa e — pensa che fortuna! — sei stato prescelto, purché naturalmente tu corra a comprare questo e quello.

Diciamolo pure, la maniera con cui si rivolgono a te in quelle lettere è tutta un insulto alla tua intelligenza e al tuo stesso senso comune più elementare. Nondimeno la loro intenzione non è di offenderti. Per quale motivo si dovrebbe offendere un cliente? Essi vogliono solo trattarti nella maniera che scientificamente gli risulta più funzionale all'interesse della ditta.

6. Il consumatore ipnotizzato

Quello di indirizzare al cliente discorsi del genere è un uso generalizzato, raccomandabile in termini di pura convenienza economica. Resta il fatto che quello è il modo con cui si parla ad un individuo alloppiato, istupidito da una droga o da un bombardamento di suggestioni. È uno stile da ipnotizzatori.

Che il consumatore abbia un'aria da ipnotizzato lo si vede già da come entra e si muove in un grande magazzino, quasi in trance di fronte a tutto quel bendidio che gli si offre intorno a profusione, fino a fargli girare la testa. La musica erogata senza sosta contribuisce all'effetto ipnotico dell'insieme.

A un consumatore che abbassi la guardia perché divenuto meno esigente, perché reso ottuso nel gusto e dimezzato nelle facoltà critiche, si potranno offrire prodotti scadenti con assai maggiore facilità. Lo si manterrà, del resto, legato con un appello incessante e programmatico a motivazioni di basso livello. Sono istanze che si possono ben sollevare in persone la cui vita spirituale è rimasta in certo modo soffocata.

7. Mantenere la gente al livello più basso

Il livello si mantiene basso, e nulla si fa per elevarlo. Un impulso del genere verrà, magari, da àmbiti diversi, ma non certo dalla produzione, che è essenzialmente mossa dalla logica del profitto.

Il basso livello spirituale e culturale della gente lo si può valutare con chiarezza dal tipo di trasmissioni televisive che la grande maggioranza della audience predilige, evidentemente, se no non si spiegherebbe perché mai gli vengano offerte in prima serata in maniera quasi esclusiva.

Sono varietà, quiz e altri giochi insulsi, film-spazzatura infarciti di violenza, pornografia, turpiloquio e volgarità di ogni sorta.

Qualcosa di decente lo si può trovare nella “seconda serata” e nel cuore della notte. Perché non anticiparlo, visto che si tratta di roba qualitativamente assai migliore? Guai a far così: la grande maggioranza della audience, privata del suo nutrimento di immondizia quotidiana, si volgerebbe alle altre stazioni: e quindi, fra l'altro, addio pubblicità per l'emittente che ci sta a cuore e perciò deficit economico della rete stessa.

8. Evadere e decollare? Grosse difficoltà

E quella minoranza così mortificata di persone un po' più raffinate e intelligenti che farà? Si darà alla lettura, alla conversazione, all'ascolto di buona musica, se ne avrà l'iniziativa. Potrebbe anche darsi — perché no? — alla preghiera, come nei bei tempi andati.

Oppure, avendo scovato qualcosa di buono da qualche altra parte ed essendoselo registrato in una videocassetta, si godrà quello. È un fine di giornata un po' complicato da organizzare: un finale di riposo che esige tutto un lavoro, che il più sovente uno è troppo stanco, e in aggiunta non poco demoralizzato, per volersi accollare anche quello.

Viene da chiedersi: ma perché non fare a meno di quella grossa scatola che ci effonde e rimbomba tante sciocchezze? ovvero, perché non farne un uso molto più discreto? È un bel quesito, che nel suo discreto buon senso pare suggerire da sé un'ovvia risposta

positiva.

Ma il fatto è che la gran maggioranza delle donne e degli uomini d'oggi sembra a tal punto schiava di quella grossa scatola, da non riuscire più a farne senza.

Oppure, sì, se ne può fare senza molto bene. Ma è come togliersi un vizio; è come smettere di fumare, o di assumere la droga. C'è, prima, da disintossicarsi. È richiesto un bello sforzo di volontà. E, quando non siamo abbastanza consapevoli della negatività di certe abitudini, dove trovare le motivazioni forti che solo potrebbero indurci a compiere il pesante ingrato sforzo di liberarcene?

Che siamo schiavi della televisione, e di quell'altra scatola più piccola e portatile che è la radio, è un tristissimo fatto.

Siamo, ancora, schiavi di quella musicchetta dozzinale che ci viene propinata dappertutto, negli alberghi e nelle relative halls e sale da colazione e da pranzo, negli ascensori anche se non ancora nelle camere, nei negozi, dal barbiere e dal parrucchiere, nelle stazioni della metropolitana, non ancora negli autobus (se li sono dimenticati, ma presto si rimedierà), perfino nelle banche. Musica che, quando nessuno la eroghi, uno se la può sentire in cuffia a suo diletto privato. Anche questa è una droga, un vizio quasi ineliminabile.

9. È ben difficile sottrarsi a quel continuo ossessivo intrattenimento e indottrinamento

La mente dell'uomo-massa della nostra epoca è occupata dall'attenzione richiesta da un lavoro che si sta compiendo, oppure è occupata da musicchette e da chiacchiere. Ben di rado da pensieri e sentimenti di un qualche significato. L'alimentazione dello spirito è assai scadente, in una situazione del genere. E quale output può generarsi e venir fuori da un input del genere?

La musica è spesso a un volume così alto, che scoraggia la conversazione, quando materialmente non la impedisca del tutto.

Un caso limite è rappresentato dall'applicazione della musica alla funivia. Si sa, la montagna è noiosa, perciò un po' di musica la rende più allegra e divertente per le grosse comitive. Già trent'anni fa presi una funivia in Val Brembana o dintorni, e poi, con un giovane che era lì di servizio, me ne complimentai, tanto per dire qualcosa e vedere se fosse stato possibile aprire un discorso diverso.

Lui con una punta di orgoglio disse che l'anno successivo ne avrebbero inaugurato un tratto ulteriore, che andava molto più in su. "Sempre con accompagnamento musicale?" chiesi. "Oh sì sì" mi confermò lui, tutto serio.

Difficile, insomma, sottrarsi all'altrui musica, all'altrui chiacchiericcio, agli altrui ammaestramenti, a un continuo ossessivo "ascolta questo", "fai quest'altro" e anzi "fallo subito, corri, che poi dovrai subito fare quest'altro ancora".

I vecchi predicatori sono più che mai sfuggiti dalla gente perché uggiosi e limitanti la libertà. Ma al posto loro sbucano fuori da ogni angolo predicatori senza numero di falsi idoli e falsi doveri.

10. Non si è mai lasciati in pace a sviluppare in autonomia una propria vita interiore

Per via di questo continuo indottrinamento, di questa incessante proposta, provocazione, istigazione e predica l'uomo d'oggi non è mai lasciato in pace a se stesso, nemmeno un quarto d'ora, perché possa riflettere e decidere da sé quel che debba pensare e fare in maniera autonoma.

Non c'è tempo, non c'è respiro per riflettere intorno alle cose, e per assaporare le cose; tanto meno per quel modo particolarissimo di assaporare che è la meditazione.

Da questa indigestione di informazioni, da questo continuo bombardamento di messaggi l'uomo esce rintronato e rincretinito.

11. Non si sa più leggere

L'abitudine a ricevere messaggi senza mai filtrarli si riflette anche nella maniera di leggere. Si leggono i libri come si guarda la televisione. Così come ne segue i programmi un vecchietto che i familiari hanno messo là perché se ne stia tranquillo, e lui attonito vede scorrere film e telegiornali, pubblicità, belle donnine e bambini voraci, interviste, ancora pubblicità, documentari, navi, panorami da aerei e greggi al pascolo; e alla fine lo mandano a letto; e se allora, per caso, qualcuno gli chiede che ha visto, lui lo guarda con la bocca spalancata sotto due occhi perfettamente innocenti e ignari.

In maniera analoga procede la lettura di un libro. Dopo averlo letto senza nulla discernere, senza prendere il minimo appunto, senza fare il minimo segno nemmeno su quel che ci si propone di rileggere per meglio assimilarlo, alla fine si dice: "Ah, che bel libro!" Alla domanda "Ti è piaciuto? E di che tratta?" la replica può essere "Mah, di tante cose. Ora non ricordo bene... perché ne ho letto anche un altro. Forse lo confondo con quello". "Va bene, ma come si intitola?" "Mi pare... Sai che ora non ricordo? Però mi è piaciuto tanto".

Che un libro sia piaciuto, è già qualcosa.

12. Non si sa più riflettere in profondo né si sa più veramente volere

Il subire un indottrinamento è tutt'altra cosa da quel recepire attivo che è, appunto, il vero ascoltare, l'assaporare, il gustare, l'esperire, l'osservare, il discernere.

Manca spazio e respiro perché, nel proprio intimo, il soggetto possa formulare un vero atto di intelligenza. Quindi manca tempo e respiro perché egli possa formulare un vero e compiuto atto di volontà. Ecco perché, accanto alla crisi del capire, c'è una crisi del volere. Infatti la "volontà" non esiste più, e il suo posto tradizionale lo ha preso un suo moderno surrogato: la "voglia".

E nello stesso dizionario della nostra lingua è esplosa l'orgia delle "voglie", cui anni fa ho dedicato una poesia, di cui "L'orgia delle voglie" è proprio il titolo. Mi pare che esprima bene il concetto, perciò la riporto qui:

Nel rapido incalzante mondo contemporaneo
per il fatto che tutto è temporaneo
è tutto divenuto estemporaneo.

Per questo non c'è più la *volontà*.
C'è, al posto suo, la *voglia*: voglia di libertà
sì, certo, ma anche voglia di un gelato
o di pestare un dogma, di fare un bel peccato.
Voglia di far politica, voglia di sindacato.
Voglia di aver l'ingresso indipendente.
Voglia di un figlio, bello ed insolente.
E voglia di cantare; e poi voglia di mare.
Voglia di andare a Katmandu e ritorno.
Gran voglia di studiare al piano otto ore al giorno:
cioè voglia di musica. E, tanto per varietà
un guizzo di voglia di santità
di voglia di samadhi e di satori
un po' voglia di smettere
voglia di farsi mettere
sulla croce per tutti i peccatori.

Se è ver che senza Dio non cade foglia
c'è da sperar che almeno Dio non voglia.

Lasciando stare dov'è quella "volontà", che consiste invero in tutt'altra cosa, una volta la "voglia" veniva identificata, più propriamente, col "desiderio". Il desiderio è qualcosa di spontaneo, che non richiede alcuna particolare elaborazione. Ma il volere è atto molto più complesso, che comporta una preparazione e dei presupposti.

Il volere si radica nell'interiorità. È qui che si genera la riflessione: quella riflessione umana profonda che non va confusa con una riflessione puramente esecutiva e tecnica. È qui la scaturigine prima di tutti i pensieri e di tutte le iniziative. Son qui le interiori sorgenti della stessa moralità.

Ora, però, è proprio l'interiorità che risulta sempre più soffocata e inibita. La produzione ha, di fatto, conseguito il massimo successo nel tenerla a freno e sottometterla.

13. Si è incoraggiati a esercitare la volontà solo in uno stretto ambito tecnico funzionale all'espansione dell'industria

Per veramente volere bisogna sapere quel che si vuole, bisogna rifletterci sopra, bisogna discernere e scegliere il punto sul quale vanno concentrate tutte le energie. Una volta deciso, bisogna sapere mantenere la decisione fino in fondo, a costo di sacrifici.

Nel coltivare e soddisfare tutte le possibili voglie, la produzione coltiva negli esseri umani uno spirito decisamente antiascetico.

Nondimeno essa predica agli uomini che devono guadagnare molto; e questo, se si vuoi farlo onestamente, comporta lavoro e volontà.

La sola forma di volontà che la produzione incoraggi è quella che spinge gli uomini a

farsi un posto nel mondo per guadagnare molti quattrini. Non certo la volontà generosa di chi si batte per riformare la società, per combatterne le ingiustizie.

Volontariato e impegno sociale, se sono incoraggiati e promossi, lo sono da altra fonte, non certo dalla logica della produzione, che vuole il mantenimento dello status quo e il perpetuo asservimento delle coscienze e dei soggetti.

14. Crisi dell'immaginazione

Il volere è formazione autonoma, e il medesimo si può dire dell'immaginare. Ma tutta la nostra odierna maniera di vivere cospira contro l'autonomia dell'individuo. Questi non ha il modo di creare, poiché la produzione interpreta i suoi stessi sogni ancora inespressi e crea per lui, e a lui presenta il prodotto finito prima ancora che egli abbia avuto modo e tempo di concepirlo e crearlo da sé per lo meno con la fantasia.

Fin da bambino l'uomo d'oggi ha i suoi giocattoli definiti e rifiniti in tutti i loro dettagli, sicché nulla rimane da fare all'immaginazione.

Così come delega ad altri la seccatura di riflettere e discutere e decidere, l'uomo d'oggi delega ad altri l'esercizio della fantasia.

Giustamente si parla tanto di "professionalità" in un mondo in cui tutto, ormai, salvo l'esercizio delle funzioni strettamente naturali, è affidato ai professionisti.

15. Crisi della riflessione e, più in genere, dell'interiorità

Tornando al volere, si diceva che la produzione incoraggia le persone a formarsi una volontà ferma e tenace nei limiti che rimangano funzionali agli obiettivi della produzione stessa. Quindi è bene, per essa, che il singolo sviluppi quel tipo di volontà che lo porterà ad essere un bravo tecnico ben preparato e armato di tutta la possibile professionalità: parola di cui tanto spesso e volentieri ci si riempie, oggi, la bocca.

In nome della professionalità viene incoraggiato, ovviamente, lo sviluppo anche delle capacità intellettive e riflessive, purché ci si limiti a una riflessione scientifico-tecnica. Mentre, invece, è inibita ogni forma di riflessione umana in termini più vasti, a profondità maggiore. A tutto quel che si può chiamare interiorità dell'uomo, dimensione umana profonda, viene applicato un bel tappo a chiusura ermetica.

16. Il chiudersi nel guscio della famiglia divenuta pura comunità di consumo

È ammesso che ciascuno "voglia" fortemente essere una brava rotella della grande macchina produttiva e un buon acquirente dei suoi prodotti. Purché non voglia altro.

L'impegno da incoraggiare è quello limitato a studiare e poi lavorare per guadagnare per comprare per potere infine sbattere in faccia al vicino di casa tutti i possibili status symbols.

Questo interessa alla produzione. Non certo l'impegno a prendere maggiore coscienza di sé perché ciascuno possa divenire più libero e autonomo e padrone delle proprie scelte.

Che la gente sia più autonoma di tanto, può rappresentare un pericolo anche di forti incrementi di spesa per l'organizzazione produttiva. La produzione saprà comunque fronteggiare le conseguenze di quelle scelte più autonome, ma a prezzo di imprevedibili remissioni o minori guadagni: cosa che alla logica del profitto non può certamente piacere.

La produzione vuole massimizzare il profitto. Ecco perché tutto ciò che comporta investimenti non previsti e maggiori troverà in essa, e nella sua pubblicità, un ostacolo, un muro di gomma. Nondimeno ogni volta che ha preso forma autonoma (e non manipolabile) una nuova domanda, la produzione vi si è sempre adeguata presto e bene.

Comunque nella sua stretta logica la produzione scoraggerà qualsiasi istanza di volontariato e di impegno sociale e civico e missionario, teso a promuovere una sempre maggiore libertà e autonomia di scelte. All'opposto favorirà al massimo il rinchiudersi dell'individuo nel guscio di una famiglia sempre più intesa come unità di consumo, come piccola comunità di consumatori, che il più possibile si dimostrino di buon comando.

La famiglia è decisamente in crisi, i matrimoni instabili, i figli escono di casa e vi rientrano a tutte le ore come in un albergo. Ridotta a unità abitativa, la famiglia trova una potente alleata nella produzione, che appunto cerca di salvarla come ente di consumo.

Nell'ambito di questa nuova edizione della famiglia, l'organismo produttivo sollecita una nuova forma di spirito di corpo, il quale la porta a competere con le famiglie limitrofe nella esibizione di status symbols sempre più impegnativi e costosi: bicicletta, motorino, automobilina utilitaria, poi automobile sempre più lunga, seconda e terza automobile, motoscafo, terza barca, quarto elicottero; e non mettiamo limiti alla nuova provvidenza!

17. Crisi del rapporto col prossimo

La famiglia va bene: ma gli altri? il prossimo? Dalla fabbrica all'ufficio al traffico alla posta alla banca al grande magazzino, l'intero nostro modo di vivere è meccanico. Siamo tutti legati a una sorta di catena di montaggio, sulla quale gli altri scorrono fino a noi, con noi scambiano qualche essenziale parola d'ordine, e passano via: e sotto un altro, sotto una nuova fila di altri ancora.

I nostri rapporti sono ormai come da rotelle dentate, che per un attimo si incontrano e subito si lasciano, per correre ciascuna alla sua vicenda.

Nondimeno con qualcuno si possono allacciare anche relazioni di buona conoscenza e magari di amicizia. Lo invitiamo a casa nostra, poi gli restituiamo la visita. Lo scopo essenziale di tale scambio di ospitalità, quello che fornisce il massimo argomento di conversazione, in che mai consiste? Direi che soprattutto sia di esibirci l'un l'altro la casa che ciascuno si è messo su, riempiendola di tutte le cose che ha comprato, anch'esse bene ordinate in bella mostra.

Così oggi il rapporto umano è questo patetico partecipare alle "piccole gioie" del prossimo, che vuol farci sapere a tutti i costi che è riuscito anch'esso ad affermarsi nella vita, a conquistare il suo piccolo spazio di rispettabilità.

Ma chi siamo noi? Quali cose ci stanno a cuore più intimamente? Direi che di tutto questo al prossimo nostro non ne cale un bel nulla. Siamo venuti in casa sua ad ammirare le cose che si è comprato. La nostra funzione è di meri spettatori delle sue piccole gioie, glorie e fasti consumistici.

Una volta che abbiamo visto e ammirato, vien meno in gran parte il bisogno di

approfondire più di tanto una frequentazione che ha già dato tutto quel che poteva dare.

18. Il trionfo dell' "usa e getta" e suoi risvolti umani e metafisici

In un ritmo di vita in cui tutto si consuma per dar luogo a edizioni e modelli sempre nuovi per quanto effimeri a propria volta, noi siamo sollecitati di continuo a volgerci a sempre nuovi interessi, conoscenze, incontri, ponendo in essere un bell' "usa e getta" anche nelle amicizie e nei rapporti con le persone.

Quell' "usa e getta" che è così funzionale ai fini dell'espansione delle industrie, protese a un continuo smercio dei loro prodotti, è divenuto regola universale di comportamento. Abbiamo, in tal modo, un usa e getta continuo imperterrito delle cose, delle persone, delle amicizie, degli amori, delle esperienze.

L'idea della reincarnazione che, attinta dall'India antica, viene riproposta dalla "teosofia" e poi dall' "esoterismo" dei nostri giorni, rivela una perfetta congenialità con quell'usa e getta consumistico, il quale viene qui applicato alle esistenze personali, ciascuna da cambiare anch'essa quando è venuta a noia.

C'è appena bisogno di rilevare quanto un usa e getta applicato alle persone e ai valori finisca per ridurre le une e gli altri a ben poca cosa.

Nell'usa e getta c'è, sì, un po' quel senso della vanità di tutte le cose che potrebbe indurci, per contrasto, a gettarci nelle braccia di Dio, unico Bene nostro. E c'è, sì, da tal punto di vista, una potenzialità religiosa.

Senonché pare che un tal Dio si partecipi ben poco sia alla creazione, sia alla persona umana che dovrebbe esserne il coronamento, sia infine ai valori che dovrebbero emanare dalla stessa Divinità e recarne come il suggello.

Un mondo in cui tutto fosse effimero e in cui nulla, proprio nulla avesse autentico e stabile valore non farebbe, tutto sommato, questa gran pubblicità (per rimanere nel termine) al Dio che lo crea.

19. Crisi dell'impegno religioso

Un usa e getta indiscriminato finisce per applicarsi anche alle realtà religiose, che, come diceva la poesia, son ridotte a mero oggetto di voglie passeggiere.

Portando il discorso sulla religione che prevale nel nostro paese, direi che in una visione e mentalità del genere vien meno anche il senso del rapporto tra il Dio incarnato e l'uomo.

Giustamente il papa Giovanni Paolo II pone in rilievo la connessione strettissima che lega il Cristo all'uomo.

Rileggiamo un passo particolarmente suggestivo della lettera enciclica *Redemptor hominis* (II, 10). Nel prendere coscienza dell'incarnazione e della Redenzione, l'uomo ritrova se medesimo, dice il Papa, e qui "produce frutti non soltanto di adorazione di Dio, ma anche di profonda meraviglia di se stesso... In realtà, quel profondo stupore riguardo al valore ed alla dignità dell'uomo si chiama Vangelo, cioè la Buona Novella".

Ma allora i cristiani, i cattolici dovrebbero ben preoccuparsi del diffondersi di una mentalità e di una prassi dove l'uomo è così mortificato e dove nell'interiorità umana la presenza del Dio incarnato è così crocifissa.

Per farsi un'idea di quanto il consumismo sia irreligioso e anticristiano basti ricordare l'episodio evangelico di Marta e Maria (Lc. 10, 38-42). Gesù, ospite loro, comunicava la Buona Novella. E Maria, "seduta ai piedi del Signore, ascoltava la sua parola".

Questo non piaceva a Marta, che "era tutta occupata nelle molte faccende del servizio". Perciò disse a Gesù: "Signore, non t'importa nulla che mia sorella mi abbia lasciata sola a servire? Dille che mi dia un aiuto".

Risposta del Signore: "Marta, Marta, tu ti affanni e fai rumore per troppe cose, ma una sola è necessaria! Maria si è scelta la parte migliore, che non le sarà tolta".

Ebbene, la nuova, grande, terribile Marta collettiva dei nostri giorni è il consumismo. La buona Marta sorella di Lazzaro si trovava di fronte al problema reale di offrire a Gesù un minimo di ospitalità decente. Era ancora scusabile, nei termini del corrente ethos. Ma che dire di una Super-Marta, generalizzata e incomparabilmente più rumorosa, che moltiplica i bisogni e considera il loro soddisfacimento come fine a se stesso e non solo rinvia "l'unica cosa necessaria", ma la emargina e ne soffoca l'istanza e ne inibisce il perseguimento fino ad uccidere ogni autentico e serio impegno spirituale?

20. Santa Madre Chiesa e Mamma Televisione

Ho parlato di Mamma Televisione ed ora parlo della Chiesa, che è anch'essa Madre e — perché no? — Mamma (in un senso diverso!)

Al pari di tutti i mezzi di comunicazione di massa, anche la televisione può essere di grande aiuto per la Chiesa, per il suo apostolato, per la promozione di quei valori umani che alla Chiesa stanno tanto a cuore. Ma, ben al di qua dall'attuazione di questo ideale, va dedicata ogni attenzione a quel che succede in pratica.

La produzione televisiva, soprattutto quella che viene propinata alla gran massa degli spettatori nelle ore di maggiore ascolto, fin troppo sovente è una perversione del gusto, è un'offesa dei migliori sentimenti che ci sono rimasti, è una rappresentazione della violenza nei suoi aspetti più crudi e perversi col compiacimento più diabolico. Nel caso migliore è una banalizzazione, è una indigestione di melensaggine, è una sagra dell'imbecillità. La Chiesa si rende conto veramente del male, del pericolo, dell'attentato all'uomo che tutto questo significa?

Ma, si dirà, la televisione trasmette anche tante cerimonie religiose. Questo è vero. Ma come lo fa?

Giova premettere che noi sappiamo bene quale valore spirituale e religioso abbiano, ovviamente assieme alla preghiera, il raccoglimento, il silenzio e la contemplazione. Una Santa Messa è fatta di preghiera anche personale, e di contemplazione, cui saranno opportunamente propizie le pause di silenzio che il rituale stesso prevede. Invero non sono poi tante, e non andrebbero sprecate.

La vecchia Messa in latino tendeva in pratica a risolversi in un dialogo quasi privato tra sacerdote e chierichetto, dove i fedeli erano lasciati fin troppo in pace e messi da parte. Ora, giustamente, tutti sono coinvolti. E va molto meglio, poiché rimane quella saggia dosatura tra preghiera corale e individuale che, se pur limita quest'ultima, salva comunque un certo equilibrio.

Che succede, ora, nel medesimo rito trasmesso per televisione? Qui interviene, diciamo fuori copione, un personaggio non previsto nei rituali: il Commentatore. Interviene a spiegare tutto, a chiarire tutto quello che tutti fanno, a riassumere quel che il sacerdote ha già detto nell'omelia con sufficiente chiarezza e numero di parole,

aggiungendo squisite sue riflessioni personali.

Se nelle Messe ordinarie della domenica il commentatore interviene come predicatore aggiunto, nelle celebrazioni presiedute dal Santo Padre interviene certamente almeno come vice-papa. Nel timore che il Pastore supremo della Chiesa non si sia spiegato abbastanza bene, ne ripete i concetti aggiungendo qualche banalissimo luogo comune di propria fattura. È un “largo ai laici” assai malinteso questo che assume tali fastidiosissime forme.

Poi, non soddisfatto del tanto già letto e detto a commento ed espresso nelle preghiere e nelle formule rituali e ribadito infine da lui stesso, il Nostro spicca il volo, copre musiche e canti e splendide esecuzioni di uno dei più famosi cori del mondo, percorre la celebrazione da cima a fondo, quasi pagato a un tanto a parola, quasi timoroso di perdere il posto se rimane zitto un solo minuto.

Pare che nessuno si sia mai accorto di quanto il tutto sia dissacrante e antispirituale. Non ho mai avuto il conforto di leggere uno straccio di articolo o lettera di protesta a un direttore di giornale. Non ho mai notato una sola piccola attenuazione, o migliore dosatura, di tanto ossessiva logorrea.

Nemmeno al più alto livello, da cui ci si dovrebbe aspettare qualcosa di meglio, possiamo far leva su alcuno che ci protegga. Poco tempo fa, in occasione di una celebrazione pontificia di importanza particolarissima, è sceso in campo un alto dirigente di programmi, di cui ricordavamo i baldi commenti di anni assai più verdi. Si è espresso, in tutto, nel medesimo stile, col solito mitragliamento a bassa quota di miliardi di parole.

Ed ha perseverato fino all'ultimo: dove, giunto a quei due inni che si dovrebbero ascoltare addirittura in piedi, almeno tacendo in segno di rispetto, li ha coperti con la sua voce per spiegarci in primo luogo che l'inno pontificio è stato voluto nel 1869 dal generale in capo dell'esercito pontificio da lui degradato — forse per il suono tedesco del nome — a capitano degli svizzeri; per spiegarci infine che, guarda un po', il secondo era il nostro inno nazionale, forse a ricordarlo opportunamente a qualche separatista della Padania.

21. Quando la morte mette in crisi il consumismo

La Chiesa è comunque, per sua natura, chiamata a contestare gli pseudovalori del consumismo. Certi casi della vita possono richiamare energicamente ai valori autentici dell'uomo in contrasto con quelli effimeri e falsi del consumismo, i quali paiono crollare all'improvviso rivelando la loro nullità.

Il caso tipico è quando si subisce la perdita di una persona cara. Questa persona, che ci è rapita, si rivela insostituibile per noi, sì che la sua perdita — per quanto, invero, solo apparente — può farci piombare in uno stato di disperazione. È una scomparsa che ci lascia inconsolabili. E nulla più, in questo mondo, riesce a darci conforto e tanto meno si rivela in grado di sostituirla. Nulla più sembra avere valore.

Nel suo dolore inconsolabile, una madre disperata può giungere ad accusare Dio stesso di avergli portato via l'amato figlio. Nondimeno, per conseguenza indiretta di quel trauma, potrebbe risvegliarsi in lei una nuova sensibilità religiosa. E questa potrebbe aiutarla a percepire che Dio è buono, che nessun male può venirci da Lui.

La povera donna verrebbe, quindi, a prendere coscienza che Dio interviene solo “dopo” che il male, da Lui non voluto, si è prodotto per l'intervento di cause seconde:

allo sviluppo autonomo, inesorabile di una malattia, o alla dinamica di un incidente. E interviene, Dio, non certo per porre in essere quel male, ma per trarre da quella situazione negativa qualcosa di positivo, per trasformare quel male in un bene.

Di che bene si può trattare? Ecco, per esempio: quella donna era una delle tante signore di nostra conoscenza che in una spirale consumistica portano avanti un'esistenza del tutto superficiale, mortificando — più o meno abbiamo visto come — la propria interiorità con l'immagine divina che è in essa.

Ora Dio opera nell'intimo di quella donna sì da convertirla, da trasformarla in un apostola di bene, in una persona incomparabilmente più viva dal punto di vista umano e spirituale. Così, da quel momento in poi, l'esistenza di quella donna diviene incomparabilmente più significativa.

22. Quando lo stesso male ci offre occasioni di bene

Naturalmente la grazia divina deve incontrare un terreno fertile. Se no fa la fine del seme caduto lungo la strada o tra i rovi o su un suolo roccioso con poca terra dove radicarsi, come narra la famosa parabola del seminatore del Vangelo (Mt. 13, Mc. 4, Lc. 8).

Può accadere che la persona colpita dalla disgrazia terrena, e poi sovvenuta dalla divina grazia, perseveri nel lasciarsi illuminare e guidare dalle buone ispirazioni. In tal caso i frutti saranno copiosi e durevoli.

Ma può accadere, all'opposto, che la persona si lasci andare alla disperazione fino in fondo e in maniera insanabile. Oppure che si lasci consolare da quelle buone ispirazioni ma, una volta riconfortata, ritenga di non averne più bisogno e torni a vivere nel medesimo stile di prima, con la stessa mentalità, nel quadro di quell'identico orizzonte.

Anche le disgrazie bisogna saperle "sfruttare" per quanto di buono possa esservi connesso o possa manifestarsi in conseguenza diretta o indiretta o nell'ambito di quelle circostanze. Per noi una disgrazia può anche rappresentare, per certi aspetti, un'occasione di dare alla nostra vita un senso diverso; ma è un'occasione che bisogna saper cogliere.

23. Ma l'essere colpiti da una disgrazia non basta, di per sé, a maturare nessuno; mentre, dal canto loro, i neofiti del consumismo sarà meglio lasciarli a coltivare entusiasmi che, del resto, appaiono ben comprensibili in termini psicologici e storici

Il brusco risveglio causato da una disgrazia, da un grave lutto può sollecitarci a cambiare rotta. Ma sarebbe triste fare assegnamento solo sulla sofferenza e sulla morte di qualcuno. Dove c'è odore di cadavere i corvi volteggiano. E confesso che davvero non mi sembra la parte più simpatica quella di appostarci in vedetta, in attesa di possibili disgrazie che ci consentano di arruolare nuovi adepti!

Se questi vengono, noi siamo, certo, ben pronti a confortarli. Non è, davvero, da escludere che troviamo in mezzo a loro i sostenitori più forti di quello che potrebbe venire a connotarsi come un nuovo umanesimo post-consumistico.

A volte questo accadrà; ma, a quanto ragionevolmente si può prevedere, il più sovente no. Poiché non è detto per nulla che la disgrazia e il dolore facciano maturare di per sé, e necessariamente, nella direzione più positiva.

Rimane da augurarci che un tale umanesimo scaturisca, invece, e prevalentemente, da una sazietà di consumismo, da una chiara visione dei suoi limiti, da un suo superamento positivo sollecitato dalla forza delle cose stesse e dalla bellezza e validità intrinseca del nuovo ideale.

Tra chi ha maturato una tale presa di coscienza l'intesa è più facile. Ed è tra costoro che l'aggregazione avverrà per un processo naturale, in forza di uno spontaneo allargamento progressivo a macchia d'olio.

Assai più problematico, e di esito assai più incerto, sarebbe un appello a moltitudini che siano ancora coinvolte in pieno nel processo dell'espansione industriale.

Per loro l'approdo al consumismo è lo sbarco in una sorta di terra promessa. Per una serie innumerevole di generazioni queste persone hanno mangiato polenta, o pane e cipolla, ed hanno alloggiato in condizioni che noi giudicheremmo primitive e intollerabili, salvo che per la durata di un campeggio.

Ed ora finalmente abitano in una casa col gas e l'elettricità e il riscaldamento che si aziona girando un interruttore, conservano i cibi in un frigorifero, hanno un bagno col water closet e una vasca o una doccia; e magari, sì, in un angolo del soggiorno hanno un altarinò alla nuova Dea Televisione, odierno surrogato sacrale dell'antico focolare domestico.

A questa gente che si affaccia al nuovo paradiso terrestre vorremmo rivolgerci per contestarglielo, per spiegargli che è un paradiso falso. Via, mi parrebbe una vera crudeltà! Lasciamoglielo godere il nuovo paradiso, fino a che ne siano sazi, finché non venga a noia pure a loro, e maturi anche in essi, per forza propria, l'istanza del superamento, in nome di qualcosa di molto meglio.

24. Su chi fare assegnamento, allora?

Direi: su chi abbia positivamente conseguito una vera maturazione interiore

Conviene più far leva su chi abbia conseguito veramente una maturazione interiore.

O su chi realmente la persegua: ma non, certo, in mancanza di qualche altra cosa; non per l'esclusivo contraccolpo di una disgrazia, di una delusione, di un lutto, pur gravissimi. Quella può essere una con-causa, scatenante e sollecitante, molto indiretta. Può offrire un'occasione. E sapere e volere cogliere l'occasione è cosa che dipende da una evoluzione interiore.

L'uomo deve riconoscersi, deve acquisire piena coscienza di sé e della sua vera natura, per poi tendere a quelle finalità di perfezione che gli sono ispirate dalla Volontà divina.

In questo orizzonte la stessa macchina produttiva può essere strumento di bene potentissimo. Perciò non va demonizzata, ma ricondotta alla sua funzione vera, al servizio dell'uomo.

La produzione industriale è un vigoroso cavallo, che ha preso la mano all'uomo, e che l'uomo non deve sopprimere, ma solo ricondurre alla giusta obbedienza.

Come un buon cavallo bene addestrato può dare tutte le prestazioni migliori, anche la produzione industriale, quando sia governata da una volontà politica illuminata e

determinata, può dare il meglio di sé, dimostrando le capacità di adattamento più incredibili. È quel che fa molto bene ogni volta che i consumatori si facciano sentire per imporre le loro giuste esigenze.

Così, servendo le più giuste e profonde e autentiche esigenze del consumatore, la produzione servirà, in lui, l'uomo. E servendo l'uomo servirà quel Dio che nell'uomo si incarna, servirà quel Dio che attraverso l'uomo porta avanti la creazione.