

TV USA

Per le reti ABC, CBS e NBC meglio il ping pong di Gesù

CULTURA

11_01_2011

Marco
Respinti



Nel romanzo *La saggezza nel sangue* (1952), Flannery O'Connor s'inventa il personaggio di Hazel Motes che predica la "Chiesa della Verità senza Gesù Cristo Crocefisso". La

scrittrice cattolica statunitense (come scrisse) faceva dell'apologia per via ironica definendo il suo «un romanzo comico che tratta di un cristiano suo malgrado». Non c'è invece alcuna ironia nel "Natale senza Cristo" celebrato (celebrato?) dai *mass-media* statunitensi.

Una scrupolosa e documentata ricerca condotta dal Culture and Media Institute (CMI), diretto da Dan Gainor ad Alexandria, in Virginia - braccio culturale del prestigioso Media Research Center, l'osservatorio fondato nel 1987 e diretto da L. Brent Bozell III -, mostra che nel 2008 e nel 2009 l'ABC, la CBS e l'NBC, ovvero tre dei maggiori *network* televisivi del Paese, hanno dedicato al Natale ben 527 lanci, servizi o storie dei notiziari serali menzionando però solo nell'1,3 dei casi Gesù, la Sua nascita, insomma il senso primo, vero e unico del 25 dicembre. In straripante maggioranza si è cioè parlato di come le vacanze impattano sull'economia, del tempo e del maltempo, dei viaggi verso località più o meno esotiche, di sconti e offerte *last minute*, al massimo di questioni politiche quando non semplicemente burocratiche. Un [video](#) preparato dal CMI illustra sinteticamente e bene la questione.

Annota [Erin R. Brown](#) del **CMI** che nel periodo monitorato, ovvero dal 1° ottobre 2008 al 30 settembre 2010, dei suddetti 527 servizi andati in onda solo 7 hanno fatto riferimento al "divino". Che solo 312 parole in 19 frasi in un arco di tempo di due anni e su tre reti tivù di portata nazionale (cioè, negli USA, continentale) sono state "Dio", "Gesù" o "Cristo". Che il 14 agosto 2010 Jeff Glor, al *CBS Evening News*, ha adoperato nel complesso ancora più vocaboli, 327, in un solo servizio dedicato alla possibilità che il *ping pong* venga annoverato fra i gli sport ammessi alle Olimpiadi del 2012. Che 116 servizi del 2009, cioè il 22% del numero complessivo di quelli trasmessi nel periodo esaminato, hanno nominato il Natale solo per parlare del fallito attentato dinamitardo sul volo 253 delle Northwest Airlines per Detroit (allorché un sicario di al Qaeda s'imbottì di esplosivo la biancheria intima) del 25 dicembre di quell'anno. E che 104 servizi, ovvero il 19,7% del totale dei tre canali nei mesi considerati, si è interessato su quanto le vendite natalizie incidono sull'economia americana e sugli incassi dei commercianti al dettaglio.

Certo, quando ci sono in ballo questioni legate alla sicurezza e al terrorismo, tutto passa in secondo piano; ma la copertura straordinaria data da ABC, CBS e NBC all'attentato del 25 dicembre 2009 è al netto dei silenzi relativi al Natale del 2008 e non riguarda i servizi del 2009 precedenti la notizia dello scampato pericolo. Il che riporta appunto l'attenzione sul fatto che nel 2009, l'anno della biancheria intima dinamitarda, solo un servizio ha menzionato il "divino" e l'anno prima solo cinque hanno fatto

riferimento a Dio. Nemmeno presentando il vendutissimo CD *The Priests* dell'oramai notissimo e omonimo gruppo di sacerdoti irlandesi si è parlato di ciò che importava, nemmeno presentandolo all'*NBC Nightly News* il giorno di Natale 2008 con 400 parole tutte attentissime a evitare di nominare quel Dio di cui pure lì si canta. Ma comunque nulla in confronto alle 3600 parole del servizio trasmesso la vigilia del Natale 2009 da *CBS Evening News* dove si è detto "Natale" 18 volte ma mai in senso religioso e si è preferito discettare di maltempo, viaggi e leggi sulla sanità del Senato federale.

Ora, in Italia appena si apre l'Avvento è tutto un tripudio di mutande e di reggipetti rigorosamente rossi che mandano in soffitta la Sacra Famiglia. Ma ciò che davvero non quadra nella vicenda dei tre grossi media americani è che a fronte delle loro "distrazioni" il popolo degli Stati Uniti crede e celebra il Natale per quel che esso è. Nel febbraio 2008 un sondaggio condotto dall'autorevole *The Pew Forum on Religion and Public Life* di Washington ha riportato che un bel 78,4% degli statunitensi si professa cristiano (e di passaggio va notato che il 4,7 è di "altre religioni", fra cui l'1,7% sono gli ebrei suddivisi in diverse correnti, il 16,1% è agnostico e lo 0,8 "non sa "o non risponde). Un numero strabiliante, al netto di ogni tara, che molto semplicemente dice come alcuni dei maggiori *media* ignorino disinvoltamente il pubblico che pretendono di "servire", o, meglio, non rappresentino affatto il quadro di una società ben diversa dai loro schemi.

Gli Stati Uniti sono e restano quel Paese dove l'andare a Messa o al sermone settimanale è più normale che in ogni altro Paese occidentale, e dove nel 1870 il Congresso di Washington, l'organo legislativo federale, dichiarò il 25 dicembre giorno di festa federale per dare la possibilità di celebrare la nascita di Gesù a chi lo desidera (in un Paese come gli USA, religiosamente pluralista per definizione, molti persone di fede non appartengono a fedi cristiane).

La cosa più paradossale di tutte, al limite del ridicolo, è che tutte le volte che ad ABC, CBS e NBC debbono parlare di vacanze, pranzi, acquisti, mutande o attentatori falliti a Natale dicono e ripetono mille volte la parola "Christmas": "La Messa celebrata per Cristo", per la sua nascita, con quel "Christ" politicamente scorretto, mai ambiguo e sempre se stesso che spunta su ogni lingua che magari vorrebbe mordersi.