

Direttore Riccardo Cascioli

DOMENICA

OCCHIO ALLA TV

Il Natale secondo il piccolo schermo

OCCHIO ALLA TV

09_12_2011

Fra due settimane è Natale. A ricordarcelo non sono soltanto la liturgia dell'Avvento e il calendario, ma anche la programmazione televisiva in corso. Secondo tradizione, all'approssimarsi delle feste natalizie il piccolo schermo ripropone ciclicamente di anno in anno una serie di classici film a tema, a base di piccoli o grandi eroi più o meno improvvisati, dosi massicce di buoni sentimenti e storie a lieto fine.

In parallelo, tutti i principali salotti televisivi si dotano di abeti addobbati per l'occasione, nastri, luminarie e palline colorate, ritoccando dove possono le scenografie con qualche pennellata di bianco e di rosso. La pubblicità, da par suo gioca sul tema del regalo "indispensabile" per rinsaldare i sentimenti più profondi e per poter manifestare il proprio affetto a parenti e amici.

L'informazione fa la sua parte, diffondendo le previsioni degli istituti di ricerca su quanto spenderanno gli italiani per le feste, cosa mangeranno in occasione del pranzo di Natale, dove andranno a trascorrere il Capodanno... Trasversalmente, il protagonista della televisione prenatalizia è Babbo Natale, con la sua tradizionale barba bianca e il tipico vestito rosso.

Molto minore è lo spazio dedicato dal piccolo schermo al vero protagonista della festa, quel Bambino che nella maggior parte dei casi viene ricordato soltanto nel presepe, quasi come se fosse un elemento decorativo e non il centro assoluto del Natale. Inutile fare del facile moralismo contro le leggi del mercato e dell'audience, ma chiedere ai responsabili dei palinsesti una programmazione natalizia che non svilisca – anzi: che

valorizzi – il senso del messaggio cristiano non è un azzardo velleitario.