

If you don't believe in God, you can believe in tortellini

di Gily Reda



È il testo di una pubblicità americana e dice bene come affrontare il percorso odierno in tema di SACRO.

La pubblicità, con cui nacque la ricerca OSCOM, l'osservatorio di comunicazione nacque proprio dal riflettere su quante cose interessanti passassero in pubblicità specie con accezioni fuorvianti, che come la classica goccia hanno deteriorato la cultura, scavando in punti sensibili, scelti con acume

sovrano. Gli atti di diversi convegni organizzati da Oscom dal 1995 al 1999 sono ancora in rete, *Frammenti di Mondo* è il titolo, la sottoscritta l'ideatore e curatore di convegni particolarmente vivaci ed interessanti, con molte personalità del mondo della pubblicità e la Mostra di Carosello all'ex Lazzaretto, la casa di Sergianni Caracciolo in Via Tribunali.

Il tutto-va-bene è necessario alla convivenza delle religioni, ma si esagera! il multiculturalismo dei modernisti di inizio '900 fu poi accolto con modifiche nell'ecumenismo di San Giovanni Paolo II, perché evita il fondamentalismo che oggi afferma morale l'istinto ferino e schiavista (questa è la parola) nei confronti degli Iloti/Donne. Nemmeno gli animali usano tanta forza per dominare i deboli, resi tali dalla gestazione; nemmeno i soldati di ventura, noti stupratori, condannavano le loro vittime alla prigione a vita. Gli schiavi americani erano più fortunati delle donne nella Sharia.

No, quindi, alle guerre di religione, ma bisogna condannare e tassare, impoverendo il commercio di armi: non si vende alle belve del disumano e disanimale. Individuiamoli, questo dovrebbe fare la stampa: la condanna di Alberto Sordi è l'unica figura di mercante d'armi che so citare, ma era solo un sagace film inascoltato.

Invece, la morale diventa equivalente alla scelta gastronomica: Cuochi Re. Puoi credere nei tortellini o negli spaghetti, una fede splendente creatrice di star e influencer. È questo il modo in cui la pubblicità rivende il pensiero di un grande pragmatista amico di John Dewey, William James, che scrisse un libro intitolato *La volontà di credere* come base possibile della morale. Entrambi erano pragmatisti, credevano cioè nel primato del fare, come in genere è proprio della cultura del '900 che l'ha spesso interpretato come *facciamo la guerra* oppure *non facciamo la guerra*, il modo più stupido, quello che si dice facilmente in 144 caratteri.

La violenza ha il pregio di essere rapida, diceva Machiavelli; poi il *Principe* instaura un'epoca di giustizia. Era anche l'opinione dell'assolutista Thomas Hobbes, per risolvere il problema dell'*homo homini lupus*. Ma l'assolutismo è il sistema Enrico VIII, tanto per scegliere un esempio fastoso e umoristico, tipo *Pantera Rosa*, che mentre scandalizza – attese nel Parco dei cervi di Richmond, che ancora esiste ed è pieno di cervi, i colpi di cannone che dicevano che Anna Bolena era morta – fa pure scappare un sorriso ... diversamente da Hitler, tetro per definizione ... un re furbacchione, che vende ben più della primogenitura per la sua incontinenza, uno che uccide Thomas More per farsi Dio e Papa in una. E che non è felice ...

La parola di James era invece profonda, molto profonda. Infatti è stata confermata da Santa Madre Teresa di Calcutta, quando ammise di dubitare tante volte della sua fede, pur spendendo la sua vita per la fede in quel suo modo totale: si ha un bel credere nella Bellezza del Mondo, ma quando muore un uomo buono e spadroneggia il cattivo, è difficile non dubitare di Dio. Ed è allora che interviene il sacro, con la sua musica nascosta, a ricordare che il puzzle del mondo chiude la *Providenza*, diceva Vico, che studiava la storia.

Ad un certo punto s'intende, ciascuno intende, che il Diluvio Divino fa bene: il gioco del dolore insegna anche più dell'allegria festosa, a chi sa credere nel meglio, in ciò che compiace, come diceva Kant del Bello. Per la facilità, provata dalla storia, di trasformare gli *Inni* in *Pogrom*, è sicuramente meglio rinforzare la Volontà di Credere profondandosi ed argomentando la Bellezza di un Ideale Solido.

Ci sono icone più valide del tortellino, ma anche in esso non c'è solo crapula ma storia e costumi: basta sottolineare la cosa giusta senza svalutare la sacralità, ch'è solo della Vita, del progetto di futuro in cui avere fede. C'è anche a chi basta un tortellino!