



Se la TV è presente in massa, scatta la solidarietà

IL TERREMOTO IN PAKISTAN NON VENDE

IN TV QUINDI NON C'È

Continuando la riflessione proposta sulla precedente rivista (La notizia che non c'è - Caritas Insieme N3/4 2005 - pag. 11), ho pensato di scrivere qualche riga su quanto successo ed ancora è in corso in Pakistan e nel Centro America dall'inizio del mese d'ottobre e più in generale sul riscontro delle collette a seguito di catastrofi naturali.

Il Salvador ha visto, prima l'eruzione del vulcano Ilimapetec ed in seguito la tempesta tropicale Stan che ha colpito pure il Guatemala ed un forte terremoto. Quasi contemporaneamente, l'8 ottobre il devastante terremoto nella regione del Kashmir in Pakistan con migliaia e migliaia di vittime e senza tetto, in prossimità dell'inverno. L'Occidente è arrivato in ritardo rispetto ad altre situazioni, probabilmente una lentezza mentale, condizionata dalla poca emotività generale, oppure la "sfortuna" di avere avuto altre catastrofi che hanno preceduto questi fatti. Visitando il sito www.caterna-della-solidarieta.ch (stato al 22.11.05)



Sahel non ci sono attrazioni turistiche, pacchetti all-inclusive delle agenzie di viaggio e dunque non ci sono turisti con le videocamere digitali o telefonini super moderni che inviano immagini da proporre immediatamente alle varie reti televisive.

Detto in parole povere non c'è nessun interesse dell'Occidente, lo stesso vale per il Pakistan e per l'America Centrale e per altri luoghi "dimenticati", e di conseguenza il fatto è segnalato alla TV o sui media in generale, ma non si organizzano salotti e tavole rotonde e non si dà lo spazio che

si può verificare la rispondenza finanziaria in donazioni che i diversi avvenimenti hanno suscitato. Ci si accorge subito del divario tra catastrofe, regione ed importi raccolti. Intendiamoci sono da una parte dati positivi, che dimostrano la grande solidarietà che la popolazione svizzera dimostra in simili casi, ma interrogano anche sul perché per lo Tsunami si raccolgono CHF 225 milioni, per le intemperie in Svizzera CHF 49 milioni, per il terremoto in Pakistan CHF 8 milioni, per l'uragano in America Centrale 2 milioni di franchi, mentre per la crisi alimentare nel Sahel in Africa CHF 600 mila, fatto quest'ultimo che l'uomo può condizionare, mentre gli altri no. Una delle risposte potrebbe essere quella che nel

La televisione risponde a delle esigenze che si richiamano al mercato e se in un certo momento una notizia vende bene, perché non venderla? E quello che è successo con lo Tsunami, questa onda anomala della comunicazione che ha permesso il coinvolgimento di una solidarietà globale mai vista prima. Molti occidentali erano in vacanza sulle spiagge da sogno della Thailandia o dello Sri Lanka. Ma in Pakistan questi turisti non erano presenti...

è stato concesso per il terremoto del Sud-Est Asiatico. È dunque tutta colpa della televisione? Beh, si potrebbe dire di sì, in parte. Anche la televisione risponde a delle esigenze che si richiamano al mercato e se in un certo momento una notizia vende bene, perché non venderla? O al contrario, dato che non vende o vende male, la si propone una volta, due al massimo ma poi basta. Non dobbiamo scandalizzarci più di quel tanto davanti a questa che è la realtà, bella o brutta che sia. Anche la notizia trascina pubblico e più pubblico c'è, più è visibile la pubblicità, più, più, ... È quello che è successo con lo Tsunami, questa onda anomala della comunicazione che ha permesso il coinvolgimento di una solidarietà globale mai vista prima. Molti occidentali erano in vacanza sulle spiagge da sogno della Thailandia o dello Sri Lanka. Ma in Pakistan questi turisti non erano presenti, per arrivare nei luoghi disastrati sono necessari gli elicotteri e questo spiega il risultato delle cifre indicate in precedenza. E allora mi si dirà, cosa dobbiamo

fare? Non dobbiamo più guardare i telegiornali? Non dobbiamo più sostenere le iniziative di solidarietà? Niente affatto, guardiamo pure i TG, con un occhio critico, magari pensando che la TV è uno strumento nelle nostre mani e come tale può essere utilizzato. Pensiamo che non perché l'ha detto la radio o la TV la notizia deve essere necessariamente quella trasmessa (internet permette confronti andando a cercare agenzie stampa che approfondiscono i temi, vedi www.asianews.it o www.misna.it). Le immagini del resto hanno un grande potere, un effetto strabiliante nel sollecitare le motivazioni e citare ancora lo Tsunami a questo punto può sembrare monotono, ma è così, i risultati sono lì da vedere, fino al punto di aver ricevuto più donazioni di quanto le necessità richiedessero. Questo di più potrà essere convogliato su altre catastrofi, senza che il donatore ne abbia a male (spero). Sosteniamo le iniziative di solidarietà e cerchiamo di ricevere le informazioni su ciò che queste produ-

cono e prendiamo atto, con buon senso e senso critico che questa è la realtà televisiva che oggi è proposta, bella o brutta che sia. L'alternativa? Il telecomando. ■



► da Avvenire del 22.11.2005