

IL CASO

Gino Cecchettin, un padre nel Truman Show

EDITORIALI

04_01_2024



**Roberto
Marchesini**



Dunque, la notizia è questa: Gino Cecchettin, padre di Giulia uccisa circa due mesi fa, avrebbe dato **mandato all'agenzia britannica Andrew Nurnberg** di curare la propria immagine. Fallito, almeno per ora, **l'impegno civico a fianco di Maria Paola Concia**, Gino Cecchettin ha in programma un libro e una *fiction* sull'omicidio della figlia.

Capisco perfettamente che sfruttare l'omicidio della figlia per dare il via a una

carriera mediatica può sembrare sconcertante ma, evidentemente, in famiglia la pensano diversamente. Prima abbiamo Elena che, nel giorno del ritrovamento del corpo della sorella recita freddamente un discorso-simbolo contro il «patriarcato», che la porta a un [colloquio \(esplorativo?\) con i vertici del PD](#); poi la nonna che, negli stessi drammatici giorni, [presenta il proprio libro femminista](#). Avvicinandosi il Festival di Sanremo, tremiamo pensando alla possibile prossima carriera del fratello Davide.

Al di là dei dubbi sull'opportunità di certe esposizioni, tuttavia, occorre forse soffermarci sul punto: sul fatto, cioè, che ci siano dei professionisti che curino l'immagine di Gino Cecchetti. Beh, non c'è nulla di strano: tutto quello che arriva sui *media* lo fa tramite agenzie d'immagine. Prendiamo, ad esempio, le *virostar*: [l'immagine di Roberto Burioni e Ilaria Capua è curata dall'agenzia *Elastica*](#); Antonella Viola, invece, si è [affidata alla *Gabriella Nobile Agency*](#). Questo cosa significa? Semplice: che quello che ci arriva tramite i *media* è uno *show*, è studiato fin nei minimi dettagli, artefatto. I *media* non fanno informazione né opinione: fanno spettacolo, intrattenimento. Tutto è intrattenimento, dalla [cronaca nera alla politica](#); dallo [sport fino alla guerra](#).

Ce lo spiega un libretto del sociologo Neil Postman: *Divertirsi da morire. Il discorso pubblico nell'era dello spettacolo* (Luiss, Roma 2021). In questo lavoro, l'autore spiega la differenza tra la distopia di Huxley e quella di Orwell: «Quello che Huxley insegna è che, nell'era della tecnologia avanzata, la devastazione spirituale avviene più probabilmente da un nemico con il sorriso sulle labbra che da uno il cui comportamento ispira sospetto e odio. Nella profezia di Huxley, non c'è un Grande Fratello che, per sua scelta, guarda verso di noi. Siamo noi, per nostra scelta, a guardare verso di lui. Non c'è bisogno di carcerieri, cancelli, ministeri della Verità. Quando una popolazione è distratta da cose superficiali; quando la vita culturale è diventata un eterno circo di divertimenti; quando ogni serio discorso pubblico si trasforma in un balbettio infantile; quando, in breve, un intero popolo si trasforma in spettatore e ogni affare pubblico in *vaudeville*, allora la nazione è in pericolo, la morte della cultura è chiaramente una possibilità».

Insomma: viviamo in un enorme *Truman Show* che condiziona tutto ciò che pensiamo, diciamo, sentiamo. Ma la cosa più stupefacente è che, nonostante il celebre avvertimento paolino («Non conformatevi alla mentalità di questo secolo, ma trasformatevi rinnovando la vostra mente, per poter discernere la volontà di Dio, ciò che è buono, a lui gradito e perfetto» Rm 12, 2), anche molti cattolici ci cascano e lasciano che altri orientino la loro vita. Ci siamo dimenticati degli avvertimenti stessi di Gesù a proposito dei lupi travestiti da agnelli (Mt 7, 15) e dell'invito ad essere prudenti come serpenti (Mt 10, 16).

Abbiamo abbandonato non solo un sano spirito critico, ma addirittura una salutare diffidenza nei confronti del mondo, dimenticando che chi non è con il Logos è contro di Lui (Mt 12, 30), non esiste neutralità.

È più che urgente, quindi, convertirci: rimettere Cristo a guida della nostra vita. Smetterla di ascoltare falsi (è proprio il caso di dirlo) profeti e di unire l'innocenza delle colombe all'astuzia del serpente, così come ci è stato insegnato. E, soprattutto, buttare il televisore.