

IDEE. Küng, nuova «provocazione»

«La morte dolce diritto dell'uomo»

ALCESTE SANTINI

Il noto teologo di Tübinga, Hans Küng, che con le sue «dieci tesi» ha evocato nei giorni scorsi «un nuovo capitano al timone della nave di Pietro», provocando contrastanti reazioni nella Chiesa e nel mondo cattolico, apre ora un nuovo fronte sulla «liceità dell'eutanasia attiva» con un libro-manifesto *Della dignità del morire* che l'editore Rizzoli sta per mandare in libreria. «L'uomo - afferma Küng - ha diritto non solo a una vita degna dell'uomo, ma anche a una morte e a una dipartita degna dell'uomo», mentre «l'impiego di tecniche che lo mantengono in vita ad ogni costo, quando ormai vita può solo significare un'agonia di ore, mesi o anni e un'esistenza da vegetale, rischia forse - dico forse - di negargli questo diritto».

Così, l'autore critico di libri sui temi delicati come *L'infallibilità, Dio esiste?, Essere cristiani, Andare a messa, perché?* e delle recenti *Dieci tesi*, con le quali ha contestato l'autoritarismo ed il «conservatorismo» di Giovanni Paolo II e le sue posizioni in materia di celibato, di avversione alla donna sacerdote, di contraccezione, di democrazia nella Chiesa, solleva ora il complesso problema dell'eutanasia con tutte le sue implicazioni di ordine etico e giuridico anche in campo laico. Ora, nel recente «Catechismo della Chiesa cattolica», si riconosce che «l'interruzione di procedure mediche onerosi, pericolose, straordinarie o sproporzionate rispetto ai risultati attesi può essere legittima» per cui diventa lecito rinunciare all'«accanimento terapeutico», ma si precisa che con ciò «non si vuole procurare la morte» ma soltanto «si accetta di non poterla impedire». Certo, si afferma pure che «le decisioni devono essere prese dal paziente, se ne ha la competenza e la capacità, o, altrimenti, da coloro che ne hanno legalmente il diritto, rispettando sempre la ragionevole volontà e gli interessi legittimi del paziente», ma non si va oltre. C'è una cauta apertura all'eutanasia passiva, come per l'aborto in casi estremi nel caso di pericolo per la madre, ma non attiva.

Invece, Küng pone un problema teologico di fondo affermando che «come la grazia di Dio e la libertà dell'uomo non si escludono reciprocamente, così non si escludono neppure la prede-terminazione di Dio e l'autode-

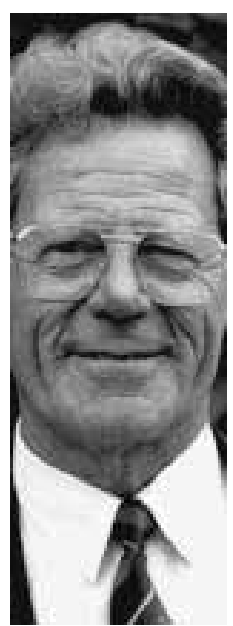
terminazione dell'uomo». Perché, se è vero che nessuno può obbligare un altro a morire, così «nessuno può costringere un altro a continuare a vivere», quando il malato terminale decide se «porre o non porre fine alla sua vita». In sostanza, il problema dell'eutanasia va inserito in una riflessione più ampia sulla vita e la morte come i due momenti essenziali della nostra esistenza senza sottovalutare l'aspetto escatologico, imprescindibile per la concezione cristiana.

Ecco perché Küng a chi gli obietta che l'uomo non può disporre a suo esclusivo piacimento della vita, in quanto è «dono di Dio», risponde che «la vita è per volontà di Dio anche compito dell'uomo e, perciò, rimessa alla nostra propria decisione responsabile». Questo è il punto più delicato e al tempo spesso essenziale, nel suo confronto-

scontro con le posizioni ufficiali della Chiesa, che Küng risolve ponendo subito un interrogativo: «La vita dell'uomo è solo creazione di Dio?». E ancora: «essa non è anche frutto della procreazione dei genitori e affidata alla responsabilità dell'uomo?». E per rispondere a questi interrogativi, Küng, oltre a sottolineare nella creazione lo stretto rapporto Dio-Uomo, polemizza con quanti pongono l'accento sul Dio legislatore e giudice implacabile, dandone così una «falsa immagine», facendo risaltare la figura del «Dio di amore da cui discende la volontà di eliminare il dolore e le tante sofferenze umane».

Ed a sostegno della sua tesi, Küng ricorda che per i teologi non è stato facile accettare una regolamentazione attiva, ossia «artificiale» delle nascite perché per molti essa negava la «sovranità di Dio sulla vita». Ma, poi, si è riconosciuto che «già l'inizio della vita umana Dio lo pone in mano alla responsabilità dell'uomo». C'è ora da chiedersi se «anche la fine della vita umana non sarebbe forse da Dio stesso, oggi più che mai, sotto la responsabilità dell'uomo».

Il teologo Hans Küng, in questo suo ultimo libro, è tutto teso a valorizzare l'etica della responsabilità di cui l'uomo, come cristiano e come cittadino, deve farsi carico per decidere «autonomamente di se stesso» per ridare dignità alla sua esistenza, dal nascere al morire, rispetto a chi vuole violentarla e renderla indecorosa.



Hans Küng

IL LIBRO. Richard Ford in Italia, presenta il suo romanzo «Il giorno dell'Indipendenza»



America «on the road» Alla fine del viaggio, nulla

Un viaggio lungo l'America, lungo 450 pagine. Quante sono quelle de *Il giorno dell'Indipendenza*, il romanzo di Richard Ford (Feltrinelli, lire 35.000), presentato ieri a Roma (oggi a Milano) dall'autore. Un viaggio, quello del protagonista del libro (che ha vinto anche due prestigiosi premi come il Pen/Faulkner e il Pulitzer) in un'America piccola, minima e piena di vecchi. Un viaggio attraverso il nulla.

FRANCESCO DRAGOSEI

Richard Ford è uno di quei narratori apparsi negli anni Ottanta, per i quali fu coniato l'appellativo di «minimalisti americani». E sui quali furono scritte molte cose, per lo più negative. Per esempio, di aver offeso la letteratura con la banalità delle loro storie piccole piccole. Ma qualcosa quegli scrittori dovevano pure valere se, guarda caso, proprio da uno di loro (Bret Easton Ellis) sarebbero venute, con *Less than Zero* prima e *American Psycho* poi, due dei più efficaci ritratti generazionali di certa gioventù ricca e disperata dell'America di quegli anni (disperata, nel secondo caso, fino a una paranoica follia omicida).

Ora, con questo *Independence Day* (romanzo premiato da un prestigioso Pulitzer, che niente ha a che vedere con l'omonimo film, e che la Feltrinelli ha tradotto con, l'esente da equivoci, *Il giorno dell'Indipendenza*), Ford dimostra altre due cose. Uno: quanto fosse assurdo confondere, come furono confusi, i minimalisti con Heming-

way, dal momento che tali scrittori con le loro soffocanti visioni di «incaduti interni familiari, coi loro squallidi fondali metropolitani, nulla avevano a che fare con gli scenari tragicamente eroici e illimitati di un Hemingway. Due: come, nel caso di alcuni di essi, anche la lingua fosse lontana da quella di Hemingway.

Leggendo oggi le pagine di questo *Il giorno dell'Indipendenza*, come le lenti fiumi della pianura, con lunghi periodi strapieni di acque che portano tutto (allusioni, parentesi, chiose, incisi, rimpugnii, riflessioni filosofiche), appare evidente che l'avara prosa di Hemingway appartenga a un altro pianeta. Nasce anche il dubbio se la favoleggiata, strapotente influenza dello stile di Hemingway sui narratori che l'hanno seguito non sarebbe forse da ridimensionare, considerato che la scrittura densa e barocca di un Ford non è un caso anomalo e isolato ma si rifà viceversa a tutta una corposa



Richard Ford e in alto una strada trail New Mexico e il Colorado A. Ramella DayLight

(e maggioritaria) famiglia americana di narratori diametralmente opposti a Hemingway (basterà citare i vari Philip Roth, Updike, Mailer, Bukovski, Morrison, Pirsig).

Ma veniamo al libro vero e proprio, cioè alla storia. Ecco, la storia non c'è. *Il giorno dell'Indipendenza* è un libro in cui non succede niente (o quasi: vedremo) per circa 450 pagine. Il suo «intreccio» si dice in due righe. Frank Bascombe, 44 anni, agente immobiliare dal cuore di filosofo (già apparso, ma come giornalista sportivo, nel precedente *The Sportswriter*), va incontro all'imminente festa dell'Indipendenza - il 4 luglio - standosi in macchina attraverso il New Jersey. Va incontro alla (po-

co amata) amante Sally, poi all'ex moglie risposata a un uomo antipatico, infine (e soprattutto) al figlio Paul, un ragazzo dolce-ispido che come un demente camuffa di continuo la sua voce imitando ora Charlton Heston, ora Cronkite, ora il cigolio di una porta («iiiih»). E che Frank porterà con sé nell'ultima parte del viaggio per conquistare una stima e un affetto che non ha mai costruito. Fine. Sì, in 450 pagine, tutto qui.

Ma il valore del libro sta proprio in ciò: nel riuscire a ottenere con strumenti semplicissimi, *minimi*, qualche cosa di complesso e ricco. Ford è uno di quegli scrittori che per il loro scopo scelgono solo un piccolo pezzo e uno solo del

terreno, e vi puntano convinti una lente d'ingrandimento. L'importante è scegliere il pezzo giusto. E Ford lo sceglie bene. Tramite un paziente, meticoloso, abilissimo lavoro d'ingrandimento del piccolo, egli riesce a darci un'immagine, impressionante per nitore e comprensività, di Frank Bascombe, agente immobiliare della cittadina di Haddam sul finire degli anni '80, di coloro che lavoravano, vivevano, avevano importanza nella sua vita, delle case, delle strade, delle città, d'America da lui attraversate. Quest'America attraversata è fatta di innumerevoli frammenti di tutto. Di visi di negozianti che si affacciano dalle vetrine dei loro store sulla *Main Street*, di frammenti di voci di donne e di uomini rimasti sospesi nell'aria, di un uomo col golf rosso che si allontana sulla collina illuminata dall'ultimo sole della città. Sorprendentemente, è un'America non di giovani ma di vecchi, che, più che terra di opportunità è un paese dove (come recita un cartello autostradale) «un attraente pensionamento vi aspetta proprio dritto davanti a voi». E, un «pensionamento della vita» è anche, in fondo, quel protagonista, Frank, anagraficamente appena quarantatreenne, ma che così spesso si sente alle spalle il soffio della morte («...sollevo per la punta di un'ala la carcassa infestata dalle formiche... sollevo le dita al naso per controllare... per togliermi l'odore della morte»).

Ecco, l'odore di morte che Frank cerca di togliersi dalle dita non è attaccato solo a lui. È anche nell'aria dell'America attraversata, nell'immobilità sostanziale del suo moto apparente. E poi, accanto alla morte e con essa confuso c'è il caso. Caso-destino-morte è uno dei fantasmi più evocati nel libro (nei libri) di Ford. Qualche volta direttamente. Ma molto più spesso obliquamente. È evocato a ogni passo del viaggio (concretissimo, minutissimo, ma nello stesso tempo simbolico) che il protagonista fa attraverso il nulla («...sorge il sospetto che la città sia soltanto una riproduzione, un fondale d'epoca... senza che vi accada niente di autentico»). È evocato dall'improvviso tramutarsi - nel corso dell'unico accadimento del libro - dell'irreale «iiiih» che il figlio faceva per gioco, nel realissimo, angoscioso «iiiih» di dolore emesso allorché viene colpito ad un occhio da una palla da baseball all'interno di una *House of Fame* a metà tra Disneyland e tempio del baseball. È evocato dalla stessa, minutissima, accorata, ma nel contempo beffarda «scrittura-verbale» che registra, pagina dopo pagina, tutti i milioni di piccoli atti di protagonisti e comparse, per arrivare alla fine a un totale uguale a niente.

Il libro si chiude con l'atteso arrivo, dopo tre giorni di viaggio verso di esso, dell'*Independence Day*. Che esploderà anche quest'anno nell'aria i suoi mortaretti come l'altro anno ed il prossimo: inflessibile, implacabile con l'aspirazione a divenire dei suoi immobili spettatori, dei «suoi veterani in carrozella... in camicia con la bandiera americana», dei «pagliari femminina», «del reggimento di soldati con berretti di pelle di procione e divise scamosciate».

SCRITTORI ITALIANI

Per i gesuiti si salva solo la Tamara

I gesuiti strigliano gli scrittori italiani, ormai pressoché incapaci di «parlare al cuore» dei lettori, fatta eccezione per Susanna Tamaro. Con il risultato che nei primi posti delle classifiche dei bestseller i nostri autori sono quasi del tutto assenti, a vantaggio di quelli stranieri che conquistano il successo puntando sui sentimenti come valori profondi dell'uomo. Così padre Ferdinando Castellani, critico letterario della «Civiltà cattolica», spiega la presenza nella hit-parade di scrittori come Paulo Coelho, Anthony De Mello, James Redfield e Luis Sepúlveda ma anche Dean Koontz. «Questa presenza massiccia - ha spiegato - è un segnale chiaro, di come una certa cultura scienziata, laica non soddisfa più, per cui si cerca con insistenza qualche cosa che possa aiutare a comprendere le nostre dinamiche interne, i nostri bisogni interiori».

PREMIO INGLESE

Titoli bizzarri Vince libro sui postini

Al libro «I postini greci rurali e i loro numeri di annullo» è andato il premio Diagram 1996, con cui ogni anno si segnala in Gran Bretagna la pubblicazione dal titolo involontariamente più bizzarro. Stampato da una società filatelica per la gioia dei collezionisti di francobolli ellenici, il libro ha avuto la meglio su una rosa di finalisti tra cui figuravano «La vita minima C di Dio masticabile per lo Spirito», «Vecchi trattori e gli uomini che li amano», «Il telefono nella vita dei vecchi mennoniti e degli amish». Al Diagram Prize, fondato diciassette anni fa dalla rivista «Bookseller», possono partecipare tutti i libri editi nel Regno Unito l'anno precedente l'assegnazione. Tra i libri che hanno vinto le ultime edizioni: «Atti del secondo simposio internazionale sui topi nudi», «Il sadismo orale e la personalità vegetariana», «Momenti salienti nella storia del cemento».

La fuga dell'uomo in ammollo. Va fortissimo il clima ironicamente giallo negli spot del momento. Lo hanno proposto con garbo le ministre Findus e ha subito dilagato, per fortuna, nei settori più diversi. E diciamo per fortuna perché il «noir» nei messaggi commerciali scatena attraverso l'ironia, tutto il potenziale cinico della pubblicità. Anche il detergente Bio Presto Sgancia-macchie, anziché angosciarci con il bianco più bianco della suocera, o con qualche nuovo esame-finestra, ci racconta una storia che riprende in versione poliziesca il vecchio mito dell'uomo in ammollo. Vediamo un carcerato che vive dentro il cestello della lavatrice insieme al suo guardiano. Insieme sfuggiranno alla loro reclusione approfittando dell'acqua calda. Una vera follia, accresciuta dalle immagini successive, nelle quali i due personaggi passeggiano liberi e felici, accanto a un filo di bucato steso al sole. Il secondo, in particolare, si è spogliato della divisa e porta una di quelle belle tute di lana che si vedevano solo nei vecchi film western o nelle commedie finali. E infatti ecco che nelle ultime scene comincia un inseguimento proprio da cinema muto. Divertente e insensato, soprattutto se si aggiunge il commento finale: «Ancora più imbatti-

spot
di MARIA NOVELLA OPPO

bile sullo sporco impossibile». Il carcerato è interpretato dall'attore Piero Ghislandi, mentre tutto il folle soggetto è stato inventato dall'agenzia J.W. Thompson e realizzato dalla casa di produzione New Partners per la regia velocissima di Renzo Martinelli.

Fiat Psycho Punto. Naturalmente si conferma ancora una volta che è il cinema a fornire lo spunto al cinema pubblicitario. E talvolta fornisce addirittura le immagini. Come succede nello spot che l'agenzia Barbella Gagliardi Saffiro ha pensato per la Fiat Punto. Ma più che uno spot è un piccolo brano tratto di peso da *Psycho* di Alfred Hitchcock. Solo che si tratta di un film talmente mitico che abbiamo tutti in testa una serie di immagini forti e precise che ce lo ricordano. E invece qui sono state scelte parti del film apparentemente neutre e tranquille. La bella Janet Leigh contratta con un rivenditore di macchine. Lo spettatore guarda e si interroga. Gioca con la memoria a ricostruire il contesto. E mentre lui ricorda, ovviamente lo spot è già finito. In



questo modo i furbissimi creativi inducono l'effetto perverso di un'attesa. Insomma ci costringono a sperare di rivedere presto lo spot. Silvio Saffiro, nello spiegarci il meccanismo attraverso il quale si è arrivati a tanto, ci ha parlato di «pensiero laterale». Laterale o frontale che sia, ci sembra un esempio intelligente e spiazzante di uso improprio di film. Un modo di rinnovare l'interesse per il cinema (e anche di spendere poco), particolarmente apprezzabile per un prodotto come l'auto che di solito in pubblicità esibisce la sua potenza più che sorprendersi con gli effetti speciali dell'intelligenza. Bella l'ul-

tima immagine, con la faccia inquietante di Anthony Perkins-Norman Bates, che richiama in uno sguardo il cuore delittuoso della psiche e cioè di Psycho. **Bayleys whisky italiano.** Come avrete notato la pubblicità della crema di whisky irlandese Bayleys gioca con il proprio nome in maniera molto italiana. Sarà perché il prodotto è distribuito da Cinzano, un marchio che ha una storia pubblicitaria molto «nazional popolare». Comunque l'agenzia Silvano Guidone e Associati ha deciso di insistere in questo stile: testimonial comici e giochini di pronuncia. Stavolta al posto di Chiambretti

che oscilla sul lampadario, abbiamo Gene Gnocchi che si invola nel pallone in compagnia di una bella «passaggera» con la quale (lo autorizza la parola stessa) si prende anche qualche «passaggio». L'aerea signorina si chiama Ines Nobili e tutta la campagna si basa su un investimento di 9 miliardi.

Macchine da (non) amare. Bellissime le immagini dello spot nel quale sfilano i prodotti elettronici del marchio Thomson. Le ha girate il regista giapponese Satoshi Saikusa per la casa di produzione francese Première Heure. Anche l'agenzia è francese e per l'Italia fa capo alla Publicis Fcb, che ha fatto circolare in tv un messaggio che veramente ci impaurisce: «Dalla tecnologia all'amore», dice, mentre sfilano le immagini di dannati aggeggi che sostituiscono cose, animali e persone. Ma perché dovremmo amare le macchine? E quel video trascinato al guinzaglio come un cagnolino, non è una immagine spaventosa? Ci si legge, certo, l'intelligente richiamo a Blade Runner, ma fa un po' schifo lo stesso. Insomma la bellezza delle fotografie non giustifica un messaggio inumano. E non sarebbe meglio servirsi della macchina e amare gli esseri viventi, rispettando magari i consumatori?