

26 aprile 2015 11:53

Resistenza e pubblicita'. E' questa la nuova Italia?

di [Vincenzo Donvito](#)



Il sen. Maurizio Gasparri ha segnalato una pubblicita' della catena alimentare Eataly, di proprieta' di Oscar Farinetti, noto per il suo ampio sostegno al Governo: una bottiglia di vino con l'etichetta "Resistenza", in cui si propone la vendita del vino a 5 euro a calice "per festeggiare il 25 aprile nei ristoranti di Eataly". Il senatore definisce penosa questa pubblicita' (http://www.aduc.it/notizia/vino+della+resistenza_131049.php).

Ci e' venuto in mente un volantino diffuso ieri in Toscana dalla Cgil e dalla Cisl sempre per il 25 aprile (http://www.aduc.it/comunicato/orari+aperture+negozi+cgil+cisl+contro+diritto_23047.php), per sostenere uno sciopero da loro proclamato per quella data e per il prossimo 1 maggio contro l'orario d'apertura dei negozi a discrezione dei commercianti, dove, insieme ad un'immagine di partigiani fucilati da tedeschi nel 1941, si legge: "Ricordatevi di noi! Non passate questa giornata in un supermercato Noi siamo lì in fila, con i fucili puntati contro. Sono i nostri ultimi momenti. Lasciamo famiglie, mogli, compagni, figli e amici. Abbiamo dato la nostra vita per un ideale di libertà".

Il volantino sindacale, come qualcuno (non noi) direbbe nel linguaggio e nella cultura in voga lì dove le ideologie hanno il predominio, sarebbe piu' "etico", perche' fa propaganda ad uno sciopero piuttosto che ad un bicchiere di vino. Ma ci domandiamo: a quando l'immagine pubblica del presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, per sponsorizzare una linea di abbigliamento che si basa sul tricolore bianco, rosso e verde? Oppure altrettanta immagine di un barcone di disperati che cercano di attraversare il canale di Sicilia, barcone magari rovesciato con contorno di cadaveri e improbabili nuotatori, per sponsorizzare le spiagge e il turismo di Lampedusa, magari con una scritta tipo "Lampedusa, non solo questo", e accanto alcune delle belle attrazioni turistiche dell'isola? Potremmo fare esempi a iosa e riempire intere annate di una rivista settimanale satirica/dissacrante (magari attirando le ire di qualche fanatico religioso...) ... ma crediamo di essere riusciti a comunicare il nostro pensiero. Non auspichiamo nessuna censura verso il business di Farinetti o la propaganda dei sindacati (anzi: avanti il prossimo... ci servono anche per meglio comprendere...), ma siamo convinti che se altrettanto metodo fosse stato utilizzato da chi non e' organico al business e alla cultura dominante, ne avrebbe "viste delle belle", quantomeno nella mediatica esecrazione. Certamente ci dobbiamo abituare a questo e anche ad oltre, ma, sara' perche' abbiamo lo stomaco o il pensiero debole, non faremo mai nulla per evitare di vomitare e stupirci. E' questa la nuova Italia?