

## ► PENSIERO UNICO

# Possono sfruttare Gesù per gli spot Provino con Maometto e vedranno

La Corte europea punisce la Lituania: si era opposta a una campagna pubblicitaria ritenuta blasfema e per questo avrebbe violato la libertà d'espressione. Credete che con l'islam sarebbe andata così?

di **FRANCESCO BORGONOVO**

La notizia dovrebbe essere la seguente: la Corte europea dei diritti umani ha stabilito che si possono utilizzare Gesù e la Madonna negli spot pubblicitari. Siate sinceri: vi stupisce? Piuttosto, sorprende che qualcuno si sia preso la briga di vietarne lo sfruttamento a fini commerciali. Per la precisione lo ha fatto, nel 2012, la Lituania. È andata così: l'Agenzia nazionale lituana per la difesa dei diritti dei consumatori ha inflitto una multa da 580 euro all'azienda dello stilista **Robert Kalinkin** per alcuni cartelloni pubblicitari in cui comparivano Cristo e Maria.

La campagna, tutto sommato, era anche abbastanza innocua. In una pubblicità appariva un ragazzino con lunghi capelli biondi sciolti sul petto nudo, e un'aureola intorno al capo: una specie di Cristo ariano con addosso un paio di pantaloni alla moda. Sotto, lo slogan: «Gesù, che jeans!». Stessa storia con Maria, solo che al posto dei calzonni la modella indossava un abito bianco. Le autorità lituane giudicarono «inappropriati» gli spot, poiché utilizzavano simboli religiosi «per scopi superficiali», offendendo i cristiani.

Bene, dopo tutti questi anni la Corte di Strasburgo ha deciso di sanzionare la Lituania, giudicandola colpevole di censura. «La libertà di espressione costituisce uno dei fondamenti essenziali di una società democratica e una delle condizioni di base per il suo progresso e

per l'autorealizzazione individuale di ciascuna persona», hanno scritto i giudici europei, spiegando che le autorità lituane «hanno dato la priorità totale alla protezione dei sentimenti delle persone religiose, senza prendere in considerazione in modo adeguato il diritto

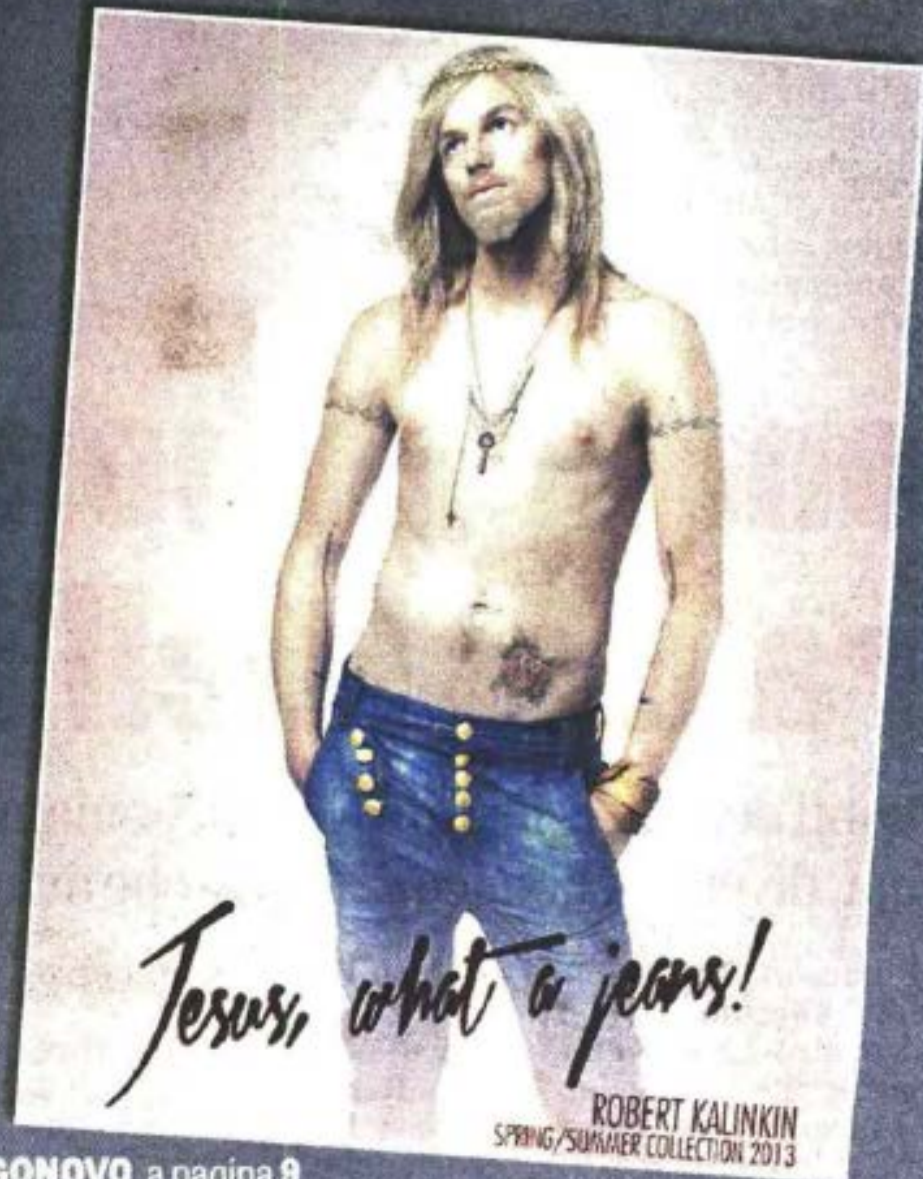
alla libertà d'espressione dell'azienda».

Davvero: nulla di cui sorprendersi. Semplicemente, i giudici di Strasburgo hanno ribadito per l'ennesima volta che l'Europa ha una sola religione ufficiale: il profitto. Perché è, a tutti gli effetti, una religione. «La fede nei

meccanismi del Mercato», ha scritto il teologo protestante **Harvey Cox** in un libriccino prezioso intitolato *Il mercato divino* (Edb), «ha ormai assunto effettivamente la forma di una religione funzionante, completa di preti e rituali, dottrine e teologie, con i propri santi e

profeti e lo zelo di chi aspira a diffondere il proprio vangelo in ogni angolo del mondo, convertendo tutti. Il fatto che gli accoliti del nuovo credo non lo riconoscano formalmente come una religione non cambia il dato di realtà».

## La Corte Ue: c'è la libertà di usare Gesù negli spot



FRANCESCO BORGONOVO a pagina 9



La Corte Ue, su un punto, ha totalmente ragione. Le pubblicità dei jeans lituani non offendono la «morale pubblica», per un motivo evidente: gli europei non si scandalizzano più, rimangono inerti. Sono, in effetti, adepti della religione del profitto, credenti e soprattutto praticanti. Celebrano i riti domenicali nelle cattedrali del consumo, figuriamoci se si fanno turbare da uno spot. Negli anni si è visto di tutto, a partire dai celebri jeans Jesus per cui **Emanuele Pirella** coniò lo slogan «chi mi ama mi segua» applicato a una foto di **Oliviero Toscani** raffigurante il fondoschiena di una modella. Più di recente, sulle reti italiane sono passati gli spot di un portale di annunci immobiliari in cui comparivano Giuseppe e Maria intenti a cercare casa. Poi c'è stato Gesù che camminava sulle acque per promuovere una nota bibita energetica, e l'elenco lo concludiamo qui perché è sterminato.

La pubblicità, tuttavia, non si limita a sfruttare le immagini sacre. Essa stessa è diventata una sorta di veicolo del sacro. Gli spot sono la nostra promessa di salvezza. In un celebre articolo datato addirittura 2006, **Jean Kilbourne** spiegava che «pubblicità e religione condividono la fede nella trasformazione, ma la maggior parte delle religioni crede che ciò richieda sacrificio». La pubblicità, invece, ci offre salvezza senza sacrificio: il paradiso è a portata di mano, basta avere i soldi da spendere.

Desideri la redenzione? Non devi fare altro che acquistare l'acqua depurativa, o i cracker fatti d'aria senza

olio di palma. Prendete e mangiatene tutti. I primi a stabilire che Gesù e Maria si potessero usare negli spot (o, peggio, sostituire con gli spot) sono stati gli europei ridotti a consumatori. La Corte Ue ha solo ratificato una decisione già presa, per quanto drammatica.

Tuttavia vale la pena andare fino in fondo a questa faccenda, se non altro perché essa cela - come al solito, quando si parla di Europa - una grassa coltre di ipocrisia. Sarà pur vero che le aziende hanno diritto alla «libertà di espressione» persino quando utilizzano Cristo e la Madonna. Ma se qualcuno utilizzasse, per dire, Maometto, che cosa accadrebbe? Se il profeta pubbli-

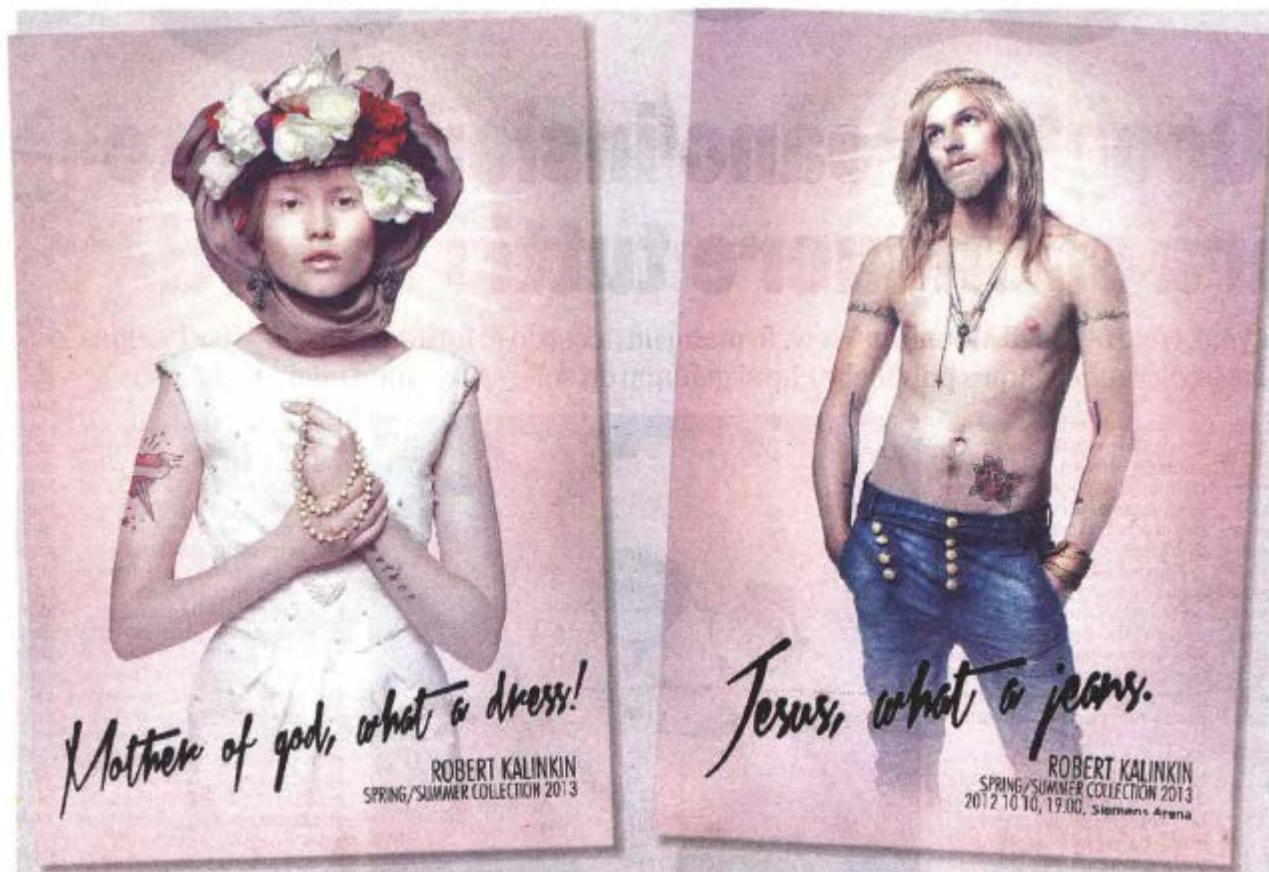
cizzasse un paio di jeans, o una marca di caffè o una bevanda analcolica, senz'altro si scatenerrebbe l'inferno.

Lo scatenerebbero i musulmani, ovviamente, per i quali il sacro ha ancora un po' di valore, persino troppo. Basti pensare a che cosa è accaduto a **Charlie Hebdo** e a tutti gli altri, che pure facevano satira, mica propaganda a una zuppa in scatola. È finita con mucchi di cadaveri sul pavimento di una redazione.

Il problema, però, è che se Maometto comparisse in una

pubblicità, i primi a indignarsi sarebbero proprio gli alti papaveri dell'Unione europea, i quali non perdono occasione per lanciare campagne di sensibilizzazione contro l'islamofobia. Provate a immaginare la campagna dei jeans di **Robert Kalinkin** in versione islamica. Vengono i brividi solo ad accarezzare l'idea. Dalla Corte Ue per i diritti umani pioverebbero sanzioni, salirebbero lai e piagnistei a non finire. In un

istante comparirebbero attivisti e sinceri democratici pronti al boicottaggio. Ma questo è il comandamento del Mercato: «Non avrai altro dio all'infuori di me. A meno che non si tratti del dio venerato da gente che è parecchio suscettibile. E che, soprattutto, ha molti più soldi da spendere degli europei».



**ASSOLUZIONE** La pubblicità dell'azienda lituana di abbigliamento Sekmadienis, con Maria e Gesù. Per la Corte europea dei diritti dell'uomo «non è offensiva»