

[PUBBLICITÀ REGRESSO](#)

Ecco Benetton XVI, gran sacerdote del cattivo gusto

ATTUALITÀ

17_11_2011

**Rino
Cammilleri**



The image shows the Benetton logo, which consists of a stylized six-pointed star symbol followed by the word "benetton" in a lowercase, sans-serif font. The logo is centered on a solid black rectangular background.

L'ultima "provocazione" di Benetton: megafotomontaggi di primissimi piani, in uno il Papa bacia sulla bocca un imam, un altro mostra un bacione, sempre alla russa, tra

Barack Obama e il presidente cinese Hu Jintao.

Prima o poi uscirà l'album fotografico, o magari quello per la raccolta-figurine.

La serie è ormai abbondante, infatti, e la misura è colma (almeno si spera). Abbiamo la monta equina, l'anoressica nuda, l'appena morto di aids, il prete diocesano che bacia la suora vincenziana... Tutta roba coloratissima, come i maglioni e le magliette della premiata fabbrica Benetton. L'idea non è peregrina e senz'altro la suggeriamo alla sullodata ditta. Venda le figurine delle sue «campagne» nelle edicole, in bustina: farà un sacco di soldi, allietterà i pargoli e sarà veramente democratica, perché le bustine le comprerà chi vuole, mentre tutti gli altri non saranno costretti a camminare col paraocchi per non vedere i megaposter «provocatori».

Una cosa, tuttavia, ci lascia perplessi: come fa il Papa che bacia un imam a far vendere più maglioni & magliette? Questo è il mistero. Epperò il «ritorno d'immagine» ci deve pur essere, altrimenti non si capisce l'insistenza con cui, ormai da decenni, la premiata ditta Benetton sforna «provocazioni» fotografiche. Provocazioni, poi, dirette a chi? I cattolici sono ormai assuefatti ad «artisti» che «provocano» pigliandosela con i loro simboli. E, i più avveduti fra essi, non entrano nei negozi Benetton da lunga pezza. Dunque, una perdita di cassa, non certo un guadagno. I musulmani, poi, ci sta che facciano lo stesso (se non di peggio). Restano solo i politicamente corretti, quelli plagiati dai soliti temi banalmente stantii: la pace universale, l'aids, l'amore libero.

Mah, forse l'antica & benemerita azienda Benetton costoro li ha contati e ci conta. A quale team di «creativi» si sarà affidata, per quest'ultima scampagnata? Al solito Toscani? O a qualcuno ancora più trendy di lui? Beh, non ci interessa, fatti loro. Ma sì, lasciamoli sognare un mondo arcobaleno e unisex, nel quale tutti, omo ed etero, umani e bestie, islamici e luterani si decidano finalmente a indossare maglioni & magliette Benetton. E poi, united colors, marcino mano nella mano verso le magnifiche sorti e progressive del domani-che-canta, baciati dal sole-che-ride e illuminati da quello dell'avvenire. In attesa della prossima provocazione colorata, l'unica che ancora manca al palmarés della premiata ditta: i preservativi united colors. Infine, un ultimo suggerimento: un poster completamente bianco, come le sciarpe buddiste.

Questa provocazione presenterebbe tre vantaggi: sarebbe altrettanto politicamente corretta e avrebbe il plauso di Richard Gere. Il terzo vantaggio, chiedete? Tutto a favore di quelli che di Benetton e delle sue provocazioni non gliene può fregare di meno.