

La Barbuta delle polemiche Ma Resca e il «creativo» Andrea Ettore gongolano

La Velata barbuta non piace alle numerose dipendenti del Mibac: il messaggio è maschilista (oltre che inestetico). Ma Resca, committente, e Ettore, il creativo, gongolano: parlatene anche male purché ne PARLIATE.

LUCA DEL FRA

arlfed@fastwebnet.it

Lo hanno scherzosamente soprannominato «L'ermafrodito di Arcore» ma, tranquilli, non avendo frequentato bunga bunga non sarà il nuovo tormentone di primavera: si tratta invece della campagna promozionale che il ministero dei Beni e delle Attività Culturali (Mibac) ha lanciato per l'otto marzo, festa della donna, dove campeggia la «Velata» di Raffaello con aggiunta di barba. Una donna/uomo barbuta/o che ha scatenato una notevole irritazione tra le donne, tanto all'interno del ministero - e ricordiamo che il Mibac benché comandato da uomini vede una fortissima presenza femminile -, ma anche fuori dalle mura del Collegio romano. La campagna rischia di diventare un nuovo autogoal per chi la ha progettata: ovvero la direzione generale alla valorizzazione - per intenderci quella voluta dal ministro Bondi e da lui affidata all'ex manager McDonalds Mario Resca -, e per il suo autore Andrea Ettore. Ma i Resca boys, come li hanno soprannominati, sembrano invece considerare il clamore intorno alle loro iniziative un punto a favore, seguendo la massima: parlatene bene, parlatene male, purché ne parla-

te.

Ed eccoci qui a parlarne. Diciamo pure che la campagna è di per sé un po' criptica: benché sempre piaciuta, la donna barbuta dei manifesti dovrebbe mostrare quanto poco attraente sarebbe l'arte senza la presenza di un dolce e glabro volto femminile. Una strumentalizzazione che vede nella donna solo un oggetto, veicolo di edonistica bellezza? Sul sito del Mibac, a fianco della mirabile opera leggiamo: «corpo e spirito, passione e sentimento, amor sacro e amor profano, madre e amante...». Una volta avrebbero sintetizzato: «madonna e puttana», insomma lo slogan giusto per l'otto marzo.

Figlio di un pubblicitario del rango di Paolo Ettore - l'autore delle campagne per Walter Veltroni e Enrico Gasbarra oltre che pezzo da no-

vanta di Saatchi and Saatchi e scomparso tre anni fa -, Andrea Ettore con le sue campagne per il Mibac ha più volte suscitato clamore: quella con il Colosseo circondato dalle gru - slogan «Se non lo visiti lo portiamo via» - dopo i crolli di Pompei è oggi considerata una profetica confessione d'incompetenza del ministro, ma quando uscì causò un putiferio. Il suo penultimo capolavoro creato per la festa degli innamorati è stato censurato: due ragazze si recavano in un museo e i loro occhi si posavano su un bel atleta marmoreo. Il malizioso sguardo faceva saltare alla statua la foglia di fico. Fico, no? «No!» ha tuonato Paolo Bonaiuti preoccupato che in pieno «Ruby ga-

te» venisse frainteso.

Ma alla direzione di Resca ti sbattono in faccia un volume di rassegna stampa alto un mattone con testate di tutto il mondo che citano le loro campagne, a miracol mostrare di come abbiano fatto centro e quanto si siano diffuse, anche gratuitamente. Pare che Bondi andasse in sollucchero di fronte a tali tomi, ma non li leggesse: altrimenti si sarebbe reso conto che queste iniziative sono state riprese soprattutto per veicolare nel mondo l'immagine dell'Italia dei crolli di Pompei che abbandona a sé stessi i suoi gioielli più preziosi, vale a dire arte e cultura. ♦

