

**POLEMICA** Nel manifesto del film «Amen», Oliviero Toscani confonde il segno di Cristo col simbolo del male

## Per favore, non mischiate la croce e la svastica

LUCETTA SCARAFFIA

**I**l manifesto del film di Costa Gavras *Amen* - manifesto che fra un po' invaderà i muri delle città e le pagine dei giornali - è un pugno nello stomaco. Una croce, il simbolo cristiano per eccellenza, diventa croce uncinata rossa in campo nero.

Senza avere visto il film, questo manifesto lo sintetizza bene: è una condanna senza attenuanti né appello dell'atteggiamento della Chiesa cattolica durante il nazismo. Ma soprattutto il pesante messaggio visivo getta discredito su un simbolo religioso, in particolare sul simbolo religioso più significativo della

tradizione cristiana. Lo hanno notato anche dieci personalità ebraiche francesi, firmando una petizione di solidarietà sul settimanale *La vie*: «Comprendiamo la forte emozione subita dal mondo cattolico per il cartellone di Oliviero Toscani - dichiara il loro testo, sottoscritto anche dall'ex rabbino capo di Francia Samuel Sirat -. L'unione dell'emblema nazista con un simbolo religioso è malsana».

Non stupisce che questa

provocazione sia stata escogitata da un professionista del genere, Oliviero Toscani, teorico di quella pubblicità che, per farsi notare in un mondo

assediato da immagini, deve sconvolgere, disgustare, spaventare. Solo a queste condizioni, ormai, viene assicurata l'attenzione del passante ed è quindi percepito il messaggio. Non è un caso che l'esempio di Toscani, precursore in questo campo, sia seguito da molte pubblicità che, passate dall'eroticismo patinato a quello sempre più spinto, ora propongono l'eros sado-masochista per vellicare i peggiori istinti dell'essere umano.

Che l'amore fra donne e uomini sia svilito in queste forme di messaggio pubblicitario ormai non ci fa più effetto, e proprio per questo i pubblicitari ricorrono alla derisione dei simboli sacri. Già la svastica nazista usava impropriamente un segno sacro, cioè la ruota del sole, la ruota delle incarnazioni della filosofia indiana, giungendo a fare scempio di questo simbolo: oggi, alla vista di una svastica,

nessuno - a eccezione forse di qualche studioso - vi vede altro se non l'emblema dell'orrore nazista.

Adesso stiamo assistendo a un'offensiva contro la croce e la società laica esige che venga tolta dai luoghi pubblici, come per esempio le scuole e le stazioni di carabinieri. Ma siamo già alla seconda fase, perché da tempo le immagini sacre erano già scomparse da alberghi e da molte abitazioni private. Al di fuori delle chiese, i simboli della devozione cristiana sono per lo più finiti nei musei o vengono rubati se hanno qualche valore artistico, altrimenti sono distrutti o svenduti. La croce sta così scomparendo come simbolo dell'identità religiosa del nostro Paese, sia nello spazio pubblico che in quello privato.

Perfino sulle catenelle al collo - dove una crocetta o un'immagine della Madonna un tempo venivano infilate come protezione e segno d'appartenenza alla comunità cristiana - sono appesi oggi segni zodiacali, quadrifogli o al-

tri portafortuna. Sembra proprio che, in una società moderna e multietnica, la croce sia diventata un simbolo imbarazzante, del quale quasi ci vergogniamo. Togliercela è diventato un segno di apertura mentale e di modernità: chi si oppone non osa quasi difendere le sue ragioni, tanto sa che la battaglia è perduta in partenza.

Davanti ai fondamentalisti islamici che ci chiamano «crociati» noi sorridiamo per la grossolanità e l'evidente improprietà di questa equivalenza imbarazzante fra popoli occidentali e cristianesimo. Non possiamo stupirci allora che la pubblicità osi impadronirsi di questo simbolo - un tempo così potente e carico di significato e oggi tanto dimenticato - per denigrare in modo così vistoso tutto quello che rappresenta. E tutto questo solo per attirare spettatori e guadagnare di più: così dalla diffamazione di un papa (Pio XII) si è passati a confondere il simbolo di Cristo con quello del male per eccellenza del Novecento, il nazismo.