

La faccia più bella della sanità pubblica

Elogio dell'autospot del ministero, criticato da quasi tutti i giornali (che comunque lo ospitano)

*** RENATO FARINA

■■■■ In giro si vede una faccia felice di infermiera. C'è una piccola croce rossa sulla cuffia. Qualcuno l'ha paragonata a una mela tirolese, qualcun'altro a Heidi, una figura dei cartoni animati. Possibile che sia impossibile pensare sia semplicemente una ragazza contenta? Siamo così ingrignati da non vederne mai intorno a noi?

Per fortuna in questi giorni per le strade, sulle pagine dei giornali, in vari spot televisivi quel volto mi guarda e ci guarda. A me comunica, con quella frangetta e le gote rosse: è possibile la gioia. Una letizia non offensiva per chi sta male, ma capace di farsi compagnia che pulisce le piaghe e porta via la padella, ma sorride. Persino nella malattia, nel dolore, c'è una cura del prossimo che dice una verità più forte della tristezza e della paura di morire. La morte arriverà, ma non oggi, amico, e comunque non sei solo.

Su quella faccia il sigillo del genio

Sto parlando della pubblicità del Ministero della Salute intitolata "Pane, amore e sanità", per ricordare agli italiani i 30 anni di servizio pubblico sanitario.

La firma è di Oliviero Toscani. A me sembra ci sia in questa idea il sigillo del genio. Questa volta senza dubbi. L'uomo fa discutere, è un provocatore. E qualche volta il concetto di provocazione

prevale sul contenuto.

Con sforzo ho digerito di lui altre immagini. Invece in famiglia ci siamo commossi sentendo tutto il dolore e il peso dell'amore paterno nella foto di quel ragazzo malato di Aids abbracciato dal genitore piangente. Mi è parso come il Rembrandt dell'Hermitage, quello del "Figliol prodigo", però oggi il padre non riesce più a risanare, ci vorrebbe un miracolo che non arriva.

In questa pubblicità sulla sanità italiana qualcuno ha sostenuto che si copre l'orrore con un maquillage, truccando con colori pastello un cadavere. Per di più ad uso del governo Prodi.

Ma no, dà l'idea che si guarisce, che esiste il Samaritano, e non ti presenterà il conto. C'è qualcosa dell'iperrealismo americano degli anni 50, o della mogliettina contenta sulla scatoletta di dadi "doppio brodo Star". Non un concetto, ma un'esperienza che ci dice: non siamo soli. La malattia non è qualcosa di di-

sperante. Come dice una canzone di Gaber: «Vedrai...», e comunque ti vogliamo bene.

Gli attacchi della stampa

In questo caso si è verificato un fenomeno curioso e irripetibile. Molti quotidiani (quasi tutti) hanno accettato questa pubblicità ministeriale sulle loro pagine, incassando il relativo contante, poi ne hanno parlato come se fosse un insulto ai bimbi ospitati in

cliniche scalinate. Non bisognava spendere i soldi così. Si spendono miliardi per la pubblicità, invece di acquistare «incubatrici» (La Stampa), bisognerebbe occuparsi dei «casi di tubercolosi» oggi occultati invece di buttare denari «più Iva» in una «retorica per allocchi» (Il Giornale). Guai: «I milioni si spendono per l'immagine» invece di «fronteggiare i casi drammatici» (Il Giorno).

La Gazzetta dello Sport sostiene che il bel visino abbia «un significato sinistro», l'Eco di Bergamo ritiene esprima «l'assoluto vuoto», come se solo la disperazione e la faccia schifata potessero affermare uno straccio di significato positivo e una pienezza di senso.

Una proposta sull'uso dei fondi

Un'idea l'avrei: i soldi incassati per la pubblicità ministeriale li si trasferiscano a cliniche del Terzo Mondo oppure li si usino per acquistare macchinari per i nostri ospedali. Ci vuole poco ad essere coerenti. (Tra l'altro notiamo un fenomeno inconsueto: si parla male degli inserzionisti pubblicitari: logico, sono fondi ministeriali, quindi arriva-

no comunque. Mai visto criticare la pubblicità di un'auto e di un profumo, se finisce sulle pagine vicine a quelle dell'opinionista...).

Oliviero Toscani ha fatto discutere di recente per la fotografia dell'anoressica. Cosa voleva dire? Che efficacia ha?

Concordo su un punto: non dice niente alle anoressiche, quell'immagine infatti racconta quello che vogliono essere. Ma non era stata pensata per aiutare loro. Non è con gli shock appesi sui muri che si guariscono le malattie della psiche e lo zero di significato.

Quel volto amico per l'anoressica

Quella pubblicità della ragazza macilenta dice che una ragazza è sola.

Quella foto diceva: quelle povere ossa sono di nostra figlia, sono state partorite da una civiltà che invece di avvicinarsi con timore e tremore al massimo combatte qualche donna anoressica; quindi, a rigor di logica, è una civiltà che combatte se stessa e invece di guardarsi allo specchio, invece di guardarsi fin nelle viscere, si mette in poltrona ad assistere allo spettacolo dell'ennesima trovata pubblicitaria e discute e discute e commenta e sentenzia e si agita come un uccellino in gabbia invece che rendere grazie a quei corpi resi scheletri che non sono tra noi a caso. Toscani ci ha detto con quella foto che quelle sono persone e non sono i relitti della storia. Sono la nostra storia, lucine di allarme di una malattia che ci devasterà e si chiama assenza di desiderio, voglia di nulla, anche quando noi mangiamo troppo. Bisogna mettere l'infermiera vicina alla ragazza anoressica. La gioia di vivere accanto alla disperazione. Non appena sui muri e sulle pagine dei giornali.