BENETTON: quando la fantasia ha un serio limite

Data: Invalid Date | Autore: Anna Ingravallo



Roma, 16 NOVEMBRE 2011- Una campagna pubblicitaria con un serio limite di fantasia, quella che volteggia come una “farfalla di acciaio” tra le pagine del web. Baci che presumibilmente hanno la funzione sociale di unire, di risvegliare il sentimento dell’amore. E così Benetton lancia la sua pubblicità "sensazionale":[MORE] i baci tra un impossibile **Benedetto XVI con l'Imam del Cairo**, e poi tra il Presidente americano **Obama** e il suo omologo cinese **Hu Jintao**. Non basta: **Angela Merkel con Sarkozy**per farla ancora più inattendibile. Il presidente dell' associazione di telespettatori cattolici Aiart LUCA BORGOMEO parla di ritiro immediato del prodotto diffuso, creato pensando - forse- ad una tolleranza massima degli utenti destinatari. Eppure c'è chi ha un certo tipo di sensibilità e certe comunicazioni non può reggerle. Non sarebbe perciò un progetto di comunicazione "**UNhate"** , come viene definito: è solo una strumentalizzazione, a quanto pare, dell’orgia d’immagini per tuonare sul mercato e farsi “sentire” da chi vi compra all'interno.

Ma questo tipo di marketing non è quello deontologico,non è una fantasia che si allarga con il canale del raffinato esperto di comunicazione, che non ha bisogno di urlare per dire qualcosa. È una **botta all’occhio**, seppur gli intenti siano quelli dichiarati. Ovvero, per Benetton, questo che dichiara: "*si tratta di immagini simboliche di riconciliazione - con un tocco di speranza ironica e costruttiva provocazione - per sollecitare una riflessione su come la politica, la fede, le idee, anche se diverse e contrapposte, debbano comunque portare al dialogo e alla mediazi*one".

Anna Ingravallo

*in foto, Alessandro Benetton, da fonte immagine by http://corrieredelveneto.corriere.it

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/benetton-quando-la-fantasia-ha-un-serio-limite/20574