

La metro di Istanbul, marketing elettorale

Data: 11 aprile 2013 | Autore: Dino Buonaiuto



ISTANBUL, 4 NOVEMBRE 2013 - Istanbul non è affatto una città facile. Chi la vive, nel quotidiano, non può non fare i conti, continuamente, con l'impossibilità di trovare efficienza ovunque. Specie con i trasporti, che è forse il dramma peggiore, per gli istanbuloti. Raggiungere il lavoro diventa un'impresa, la scelta dell'area dove si decide di prender casa deve necessariamente essere strategica, e il ritorno dall'ufficio potrebbe essere il proprio agognato traguardo, che può anche richiedere più di due ore, a trotterellare come una formica impazzita nella stessa città.

La geografia, pure, non aiuta, con il Bosforo allacciato da soli due ponti, garantendo l'inferno, tra Europa e Asia, nelle ore di punta. Per non parlare della metro, che ha, sì, un tessuto già bell'esteso, ma, come tutte le città storiche, al pari di Roma o Napoli, è prassi incappare, scavando tunnel, in reperti storici e città sotterranee.

Certo, la metro è sempre la soluzione migliore, meglio sicuramente dei mille dolmu ö o degli autobus urbani, che per chi non conosce la città potrebbero rappresentare un'ottima occasione per perdersi, fare tardi, o provare l'emozione di sentirsi sardine per ore.

Negli ultimi tempi, la metro di Istanbul è tappezzata di poster e cartelloni, con tutta una serie di promesse colme di speranza, rivolte praticamente a tutti, dal momento che tutti sono pendolari, in una giornata a Istanbul. Il premier Erdo ö à e il sindaco della città sulla sinistra, fieri e orgogliosi nel gesto di applaudire al progetto a lungo termine della metropolitana di Istanbul: dai 45 km del 2004 al raggiungimento dei 141 km previsti per quest'anno, fino ad arrivare alla realizzazione finale dell'opera nel 2019, con ben 776 km di copertura ferroviaria. Agli occhi dei cittadini che schizzano nei

vagoni, si presenta una ottimistica visione!, e da una stazione all'altra, negli stessi vagoni, un video perentorio li accompagna, con tanto di linee promesse che s'allungano, serpeggiando, sulla città in digitale.

Una vera e propria boccata d'ossigeno, insomma, se non fosse però per lo slogan utilizzato: Her yerde metro, her yere metro, che più o meno suona come “ovunque (= in ogni luogo) metro, dovunque (= che va/raggiunge ogni luogo) metro”. Uno slogan che gela il sangue di tanti, tanto è cinico, ché richiama il motto dei giovani di Istanbul, “Her yer Taksim, her yer direni ù@ (ovunque Taksim, ovunque resistenza), che fino a pochi mesi fa ha accompagnato con rabbia le proteste anti-governative, una ferita ancora fresca sotto la pelle di milioni di persone, e nel riposo dei sei morti che ha sacrificato.

Uno “scherzo” di cattivo gusto, che non fa altro che prendersi beffa di ciò che è stato, e che a pochi mesi dalle amministrative sembra voler spianare la strada a una campagna elettorale che probabilmente tenderà a radere al suolo una cocente storia più che recente, a insinuarsi nella stanchezza dei più deboli, a trasferire l'attenzione su ciò che realmente serve alla gente, e a farli cedere, vendendogli promesse che in teoria gli sarebbero già dovute, a minimizzare uno slogan sofferto, gridato con passione in mille angoli di mondo, a scrollarselo di dosso con disinvoltura e a rivomitarlo, rimaneggiato, su coloro che glielo rivolgevano. Le facce stesse, facce del tutto fuori luogo, a dire il vero, fiere e soddisfatte, sembrano ridervi in faccia, lasciandovi sprofondare in un limbo indeterminato dove, a cullare una vostra, possibile reazione, vi attendono una rabbia sedotta, da un lato, e il bisogno ceco di infrastrutture adeguate, dall'altro, in una delle città più caotiche d'Europa.

[MORE]

Dino Buonaiuto (corrispondente dalla Turchia)

Articolo scaricato da www.infooggi.it
<https://www.infooggi.it/articolo/la-metro-di-istanbul-marketing-elettorale/52677>