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 istanbulioti. 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 ð 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 son 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*" (*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