

Image not found or type unknown



La mascotte delle polemiche

Giubileo, il Vaticano si affida al creativo di Gay pride e sex toys

ECCLESIA

29_10_2024

**Andrea
Zambrano**



Le inevitabili polemiche e battutine sulla mascotte del Giubileo 2025 scelta dal Dicastero per l'Evangelizzazione vaticano sono destinate ad acuirsi. E non solo per la straordinaria somiglianza di "Luce" con Greta Thunberg e il suo immancabile impermeabile giallo. La mascotte, infatti, è frutto della produzione artistica di un disegnatore che in passato si è occupato di molte cose, ma tra queste ci sono anche alcuni *Gay pride* e persino una linea di *sex toys*.

La mascotte è stata mostrata lunedì nel corso della [conferenza stampa di presentazione](#) degli eventi culturali in programma a Roma prima dell'apertura ufficiale del Giubileo e del Padiglione della Santa Sede a Expo Osaka ed è stata condotta da mons. Rino Fisichella, che ha concluso il suo intervento presentando "Luce", mascotte di entrambi gli eventi: «Dulcis in fundo, mi fa piacere presentare la mascotte del Giubileo e di Osaka; si tratta di *Luce*, creata dal desiderio di vivere anche all'interno della cultura pop, tanto amata dai nostri giovani», ha spiegato Fisichella. «Nata dalla creatività

di Simone Legno, Luce è la mascotte che ci accompagnerà. Come si vede, è una pellegrina raffigurata con gli elementi tipici del pellegrino: il k-way giallo per ripararsi dalle intemperie; gli stivali sporchi di terra per la strada percorsa; la croce missionaria al collo; il bastone del pellegrino e soprattutto gli occhi luminosi, simbolo della Speranza del cuore».

Però, possibile che il Vaticano, nel commissionargli il lavoro, non sapesse che si stava affidando ad un creativo del settore del merchandising applicato a marchi commerciali che nel suo carnet di tutto rispetto aveva anche prodotti che difficilmente potrebbero essere associati alla Chiesa come vibrator a forma di diavolo e unicorni arcobaleno?

Eppure, basta fare qualche ricerca per scoprire che Simone Legno, questo il nome del disegnatore, si occupa davvero di tante produzioni e stringe partnership commerciali per pubblicizzare con i suoi "personaggi" i prodotti più disparati.

È la legge del commercio, si dirà, ma in tutto il globo terraqueo cattolico non c'erano artisti capaci di disegnare una mascotte per il Giubileo e che magari non avessero fatto successo anche in settori decisamente sconvenienti per la Chiesa?

Tutto si chiarisce nel leggere la pagina Instagram di Simone Legno che ieri ha annunciato con grande onore di aver partecipato ad uno storico progetto per il Vaticano: la nascita della prima mascotte dedicata ad un Giubileo. Come si evince dalla foto pubblicata da Legno, in basso a sinistra si può leggere "*Designed by Tokidoki*" con relativo logo dell'azienda di cui Legno appare co-fondatore e front man.

Che cos'è Tokidoki? La parola deriva dal giapponese e significa "a volte". Ma Tokidoki è il marchio creato da Simone Legno, che oggi collabora con alcuni tra i marchi globali più importanti: da Karl Lagerfeld al Guggenheim Museum, da Sephora a Hello Kitty. E ancora: Marvel, Barbie e Canon.

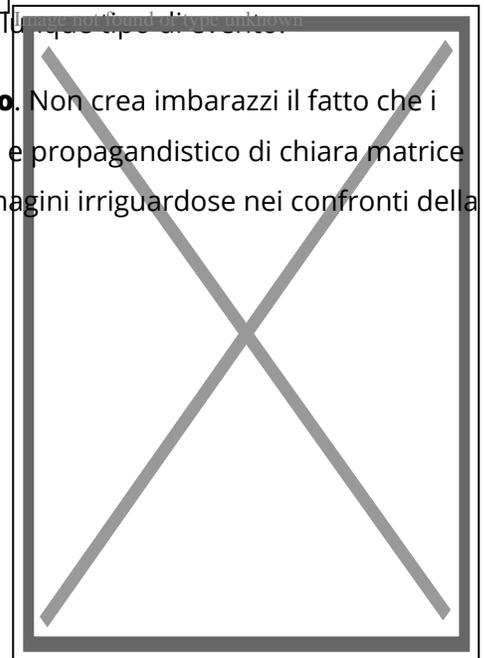


Insomma, un disegnatore che crea immagini influenzate dalla cultura giapponese (Luce infatti è stata riconosciuta subito come un prodotto tipico dei cartoni del Sol levante). Disegnatore che è molto apprezzato e riconosciuto nel mondo dei *comics* e che a livello internazionale è sempre più quotato. È lui, ad esempio, il creatore di "Italia Chan", la mascotte ufficiale del Padiglione Italia a Expo 2025 di Osaka che è stata presentata alla scorsa Milano Design Week. Non c'è che dire, al prossimo Expo giapponese l'Italia e la Santa Sede saranno rappresentate dallo stesso creativo. Proprio un bel colpo!

Il Vaticano, dunque, sembra essersi affidato ad un "nome" del genere fumettistico. «Questo personaggio, disegnato dall'illustratore Simone Legno, è stato concepito con l'intento di riflettere la cultura pop, particolarmente apprezzata dai giovani e porta con sé un messaggio di speranza e accoglienza», ha detto Fisichella.

Ma non è tutto oro quello che luccica. Nel suo ricco parco di collaborazioni, troviamo infatti il marchio Tokidoki associato al mese del *pride*. In un apposito post su Instagram, Legno augura "Buon *pride* a tutti" e lo fa con una grafica apposita di personaggi dai denti aguzzi e arcobaleno con la scritta "love". L'impegno nel merchandising a favore dei Gay *pride*, che risale al 2021 e lo ha portato a San Francisco, si concretizza anche nella creazione di un apposito merchandising fatto di papazzetti e unicorni, che sembrano essere la sua specialità. Sul sito di [Tokidoki](#) e su [E-bay](#) sono in vendita gadget come *Pride Lulu Unicorn*, *Prisma Unicorn*, e cappellini con il logo di Tokidoki chiamati *New Era Tokidoki Pride*. Articoli da vendere, dunque, perché sia ben chiaro non siamo nel campo della beneficenza, ma del merchandising applicato a qualche tipo di evento.

Ieri era il Gay pride e oggi è il Giubileo Vaticano. Non crea imbarazzi il fatto che i Gay *pride* sono sempre più un evento commerciale e propagandistico di chiara matrice anticattolica, che ostentano spesso e volentieri immagini irrispettose nei confronti della Chiesa quando a volte addirittura blasfeme?



Ma la cosa non sembra impensierire il dicastero guidato da Fisichella, del resto *pecunia non olet*. Poco importa se chi ha realizzato l'immagine che finirà nelle tasche di milioni di pellegrini nel mondo ha fatto i soldi con questo (il pride) e con quello (il Giubileo). C'è quindi da aspettarsi che con questa operazione, la Santa Sede spera di introitare qualche migliaio di euro, se non centinaia, dalla vendita del pupazzetto *Luce* in tutte le sue varianti e in tutti i suoi impermeabili. E Legno potrà vantare così, tra le varie collaborazioni, anche quella con il Vaticano che gli sarà di beneficio sicuramente per i suoi affari.

Non è un caso, infatti, che la notizia data da monsignor Rino Fisichella della creazione di *Luce*, sia avvenuta in contemporanea con l'inaugurazione del Lucca *Comics & games*, l'evento europeo più importante del settore che richiamerà oltre 200mila visitatori nella cittadina toscana, dove Legno con Tokidoki sarà uno degli espositori più visitati. E con la pubblicità che gli sta facendo il Vaticano con l'operazione mascotte, questa visibilità aumenterà proprio in queste ore.

Per carità, tutto legittimo, ma che anche la Santa Sede si pieghi a quelle che sono le regole del mercato e del marketing fa un po' specie, soprattutto se il contesto è quello del Giubileo, che dovrebbe celebrare proprio la gioia del fedele pellegrino a Roma finalmente sgravato da tutte le storture del peccato nel ritrovare la misericordia di Dio. Insomma, c'è qualcosa che stride.

Così come stride il fatto che nel carnet di Tokidoki e di Simone Legno compaiano anche oggetti non propriamente adatti ad un pubblico di pellegrini. Nel 2017, ad esempio, in collaborazione con il brand *Lovehoney*, Tokidoki ha prestato le sue immagini anche ad una linea di vibratorii. [Sempre sul sito di Ebay](#) si possono ritrovare anche questi articoli, con tanto di descrizione e in altri siti si fa pure la recensione dello speciale *sex toy* da parte di chi evidentemente se ne intende. Il tutto alla "modica" cifra - si fa per dire - di 26 euro più le spese di spedizione. Nella confezione è chiaramente visibile il logo di Tokidoki, la creatura di Simone Legno, che ieri con grande onore ha annunciato di aver stretto l'importante partnership con il Vaticano per la mascotte.

Cosicché, nel suo prestigioso curriculum, d'ora in avanti non avremo solo *Tokidoki for Pride* o *Tokidoki for lovehoney* (i vibratorii ndr) ma anche *Tokidoki for Vatican*. È la legge del mercato, bellezza. E non guarda in faccia a nessuno. Figuriamoci al peccato contro il sesto comandamento.