

LA CAMPAGNA PRO SLA

Pronti a farsi la doccia, ma non a donare i loro soldi

POLITICA

24_08_2014



Basta davvero cospargersi di ghiaccio la capoccia in diretta streamin per aiutare i malati e la ricerca sulla Sla? Beh, il primo no ce la stiamo dando da soli, noi della *Bussola*, con questo bibì e bibò sull'efficacia o meno della campagna di Ice Bucket Challenge per

raccogliere fondi per la ricerca sulla Sla. È solo una premessa, ma potrebbe valere anche come risposta. Giornali e tv stanno blaterando da giorni sull'argomento, mostrandoci le immagini di vip, vipponi e starlette assortite che godono a farsi una doccia gelata, compiaciuti di compiere, almeno una volta, una buona e caritatevole azione. C'è pure il sospetto che tutta la faccenda sia la solita furbata mediatica: rifarsi pubblicamente il trucco con un semplice gesto di charity low cost. Image oblige e a pensar male... Resta il fatto che nessuno, o pochissimi, di questi benefattori da spiaggia abbia speso qualche parola per spiegare cos'è la Sindrome amiotrofica laterale, le sue origini e cause, come vivono i malati e a che punto è la ricerca medica. Pure questo dibattito non riguarda la Sla, ma sola la campagna: stiamo discutendo d'altro e questo già la dice lunga. Però come giornalisti ci tocca. Tuttavia, ci sono altre ragioni per cui (a giudizio del sottoscritto) sta' sceneggiata virale on the rock proprio non va. Vediamole.

In America l'Ice Bucket Challenge è esploso poco prima di Ferragosto, grazie a testimonial come Mark Zuckerberg, inventore di Facebook, e Bill Gates. Uno degli ideatori della sgangherata gara, tal Corey Griffin, è morto annegato due giorni fa e non sappiamo se il poveretto abbia fatto in tempo a fare la sua donazione. Comunque, al Challenger hanno partecipato praticamente tutti i bei nomi del jet set a stelle e strisce: attori di Hollywood, pop e rock star (Springsteen, One Direction, Lady Gaga) sportivi, imprenditori e persino l'ex presidente George W. Bush (lui, però ci è andato cauto: si è buttato in testa poco più che un bicchiere d'acqua) che ha invitato il collega Carter a fare la stessa cosa. Già, perché l'Ice Bucket funziona così: uno si fa la doccia, deposita il suo contributo (ma non sempre) e invita altre tre very important person a fare altrettanto. Una sorta di catena di sant'Antonio con secchio e acquetta. Il tutto, si capisce, a fin di bene. In pochi giorni, le docce gelate hanno raccolto 53 milioni di dollari, contro gli "scarsi" 1,9 milioni dello scorso anno. Una cifra che basterebbe da sola a tappare le bocche a quegli snob che davanti alle docce gelate griffate e garantite si permettono di alzare il sopracciglio e fare critiche. Cinquantatre milioni, sputateci sopra. Sarà pure, una campagna che assomiglia tanto a miss maglietta bagnata, ma grazie a quei selfie un po' scemi, una montagna di dollari andrà a beneficio degli ammalati. In America forse, ma è così anche da noi?

In Italia, nonostante le docce a raffica di showgirl, ministre e rock star, gli euro incassati non arrivano neppure ai classici sei zeri. Quanti? Solo 33mila euro, davvero pochini e imparagonabili con il milionario raccolto americano. Dunque una misera cifretta che non può certo tappare la bocca a nessuno, tantomeno a chi ritiene la campagna non solo inutile, ma perfino dannosa. Lo dice addirittura il promotore italiano dei gavettoni benefici: Massimo Mauro, ex calciatore, giornalista di Sky e presidente

dell'Aisla (Associazione italiana sclerosi laterale amiotrofica). Mauro rivela che l'Ice Bucket Challenge de' noantri ha prodotto donazioni davvero scarse, soprattutto da parte dei vip. «L'80 per cento delle donazioni», rivela, «sono arrivate via Pay Pal da persone comuni, con donazioni da 5, 10 e 50 euro. Qualche cantante si è spinto fino a 500, massimo 700 euro, ma non voglio fare nomi». Eppure, a scendere in giardino e a farsi splashare con litri d'acqua gelata c'erano nomi di tutto rispetto (si fa per dire): Belen, Elisabetta Canalis, Prezzemolo-Fiorello (non manca mai), Celentano, Jovanotti, Mario Balotelli, Maria De Filippi, Emma Marrone, Marco Mengoni, il presidente della Juventus, Andrea Agnelli (che ha nominato il suo "nemico" in Figc, Carlo Tavecchio). Insomma, griffe dai cachet stellari e imprenditori cui certo non mancano i mezzi per fare beneficenza ad alti livelli e a più cifre. È prevista a breve anche la performance di Luca Cordero di Montezemolo: lui in Ferrari è abituato alle docce gelate. Gli organizzatori ora contano su di lui perché dopo l'innaffiata in costume, solo pochi vip si sono rivestiti e hanno messo mano al portafogli. Insomma, tanta acqua fresca, ma di euro solo una manciata. E che dire di Belen che un attimo prima d'essere gavettonata si chiede sorridente: "Ma perché lo devo fare?". Già, perché? Bisognerebbe avere ragione e convinzione, ma tant'è: così fan tutti e vai col secchio.

Matteo Renzi si fa la doccia gelata benefica

Image not found or type unknown

«Quello che non si può tollerare», afferma ancora il presidente di Aisla, «è che la malattia sia da sempre ignorata dalle istituzioni. Per i governi la Sla non esiste. Zero euro all'anno per la ricerca. Altro che secchiate d'acqua. Ora serve un impegno concreto». Già, ecco un altro motivo per bocciare il narcisistico doccione. Forse è il lato

più grottesco e paradossale della campagna. All'auto gavettone si sono sottoposti una sfilza di politici, sindaci, assessori, ministri e perfino il premier Matteo Renzi. A piedi nudi, in una sgargiante mise azzurra (camicia e costume), il rottamatore si è docciato nel giardino dell'albergo di Forte dei Marmi, dove occupa con la famiglia una suite da 1600 euro al giorno. Prosit, caro boy scout, ma da un capo di governo ci si aspetterebbe qualcosina in più di un rinfresco su You Tube. Cosa? Questo, per esempio.

Curare un malato di Sla (in Italia sono 5 mila) in un ospedale costa dai 70 ai 100

mila euro l'anno, l'assegno per le famiglie che decidono di farsi carico della malattia, e fare risparmiare decine di migliaia di euro allo Stato, sono mediamente sotto i mille euro al mese. Il governo Berlusconi decise di cancellare il fondo per la non autosufficienza e le politiche sociali: 2,5 miliardi di euro tagliati in un colpo solo, una parte dei quali andava alle famiglie dei malati di Sla. Attualmente lo Stato stanziava per le famiglie 350 milioni l'anno, ripartiti attraverso un sistema che crea enormi sperequazioni: le famiglie di un malato in Lombardia ricevono assegni doppi rispetto a quelle campane. Capito caro Renzi? La smetta di fare il boy scout nel resort a cinque stelle, torni a Roma e trovi quei soldi che le famiglie dei malati aspettano. Poi torni pure a fare tutte le docce che vuole. Ma di queste bazzecole, la campagna sotto zero non si occupa, e perché mai dovrebbe? "Ciascuno ha diritto al suo quarto d'ora di celebrità", diceva Andy Warhol: questa è la politica spettacolo dilatata a diritto di massa. Basta apparire, anche se, come cinguetta la sgallettata Belen, se non si sa neppure perché. Oggi è la Sla, domani potrebbe essere una raccolta di firme per le caramelle senza zucchero o per la protezione del diavolo della Tasmania. E allora, quei 53 milioni di dollari prenderanno altre strade. Però, vedere i nostri governanti impegnati a tirarsi gavettoni gelati, fa davvero venir voglia di lanciargli addosso qualcosa di più solido.

È tragico che per raccogliere fondi per una causa buona occorra fare i deficienti.

Ma, visto quei 33 mila euro, in Italia neppure questo funziona. Dunque, anche dal punto di vista del marketing, la campagna "teste gelate" s'è rivelata un vero disastro: molto meglio allora le maratone televisive o i concerti alla Pavarotti and Friends. Obama deve averlo capito e si è comportato da presidente. Sfidato da diversi "famosi", ha schivato la secchiata e ha messo mano al libretto degli assegni. Bravo, finalmente ne ha fatta una giusta. Forse gli brucia ancora il finale della campagna lanciata via twitter dalla moglie per liberazione delle 200 ragazze nigeriane sequestrate dai terroristi islamici di Boko Haram. Ricordate il celebre #bringback our girls? Qualche giorno dopo, quel simpaticone di Abu Bakar Shekau, il capo di Boko Haram che la first lady e il suo bel mondo di ritwittatrici radical chic speravano d'impietosire, le ha risposto per le rime. Un video in cui sillabando quel poco d'inglese che conosce faceva il verso a Michelle e

canticchiava «bring back our army», cioè «Ridatemi il mio esercito». Beh, non è stata una bella figura, piuttosto una tragica doccia gelata. Ma questo è twitter, bellezza.