



Avete notato che il linguaggio di una certa comunicazione di successo (non importa se politica, pubblicitaria, sociale, manageriale, tanto riguarda tutti), si sta sempre più focalizzando intorno ad una ben delimitata area del corpo umano? Vero pioniere, rimasto per molto tempo solitario, è Umberto Bossi, quando introdusse anni fa il "celodurismo" nel vocabolario politico. Più recente, invece, la sortita elettorale di Berlusconi (allora capo del Governo), che definì coglioni gli italiani che non lo avessero votato. Ma l'uso del turpiloquio nei confronti dell'avversario o del vicino di casa era pur sempre frenato dal rischio di una denuncia penale; un aiuto insperato è venuto proprio dalla Corte di Cassazione nel luglio 2007: con la sentenza n.27966/2007 ha definitivamente sdoganato il vaffanculo definendolo un'espressione del linguaggio comune e quindi non più penalmente perseguibile. La Corte però non immaginava il terremoto mediatico e politico che poi qualcuno avrebbe scatenato aggiungendo, molto sagacemente, la parola "day"... Di fronte a questi precedenti, fa dunque quasi tenerezza la frase di padre Bossi, il missionario rapito e poi liberato nelle Filippine, pronunciata nella sua chiesa durante l'omelia: "scusate per tutto il casino che ho combinato". In economia, si sa, la moneta cattiva caccia sempre quella buona e dunque Robert I. Sutton, professore di Ingegneria Gestionale presso l'Università di Stanford deve aver pensato che il miglior titolo per il suo ultimo libro, frutto di lunghi studi socio-economici sul mobbing, doveva essere "Il metodo antistronzzi"; e così infatti è stato pubblicato e pubblicizzato in Italia dall'editore Elliot, nel 2007. Se perfino le università ricorrono a metafore "scatologiche" per promuovere le loro produzioni scientifiche, perché allora prendersela con la pubblicità della SNAI (che si occupa solo di scommesse), quando indica con gesti inequivocabili la grande "fortuna" che uno si ritrova quando vince?