Con il Danacol o si feconda o si muore

Da qualche giorno su la 7 mi capita di vedere il nuovo spot della Danacol: una bionda e il suo uomo si ritrovano a cena e lui dichiara di essersi portato alcuni amici. Sono dei personaggi improbonibili in tuta gialla che rappresentano il colesterolo e che alla fine dello spot se ne andranno scacciati dal Danacol.

Gli steroli vegetali che ci sono nel Danacol come in tutti gli altri latti fermentati venduti con la medesima finalità ma che costano la metà hanno la proprietà, nell'intestino, di essere simbiotici con il colesterolo. Così nel sangue ci vanno loro e il colesterolo (proveniente in larga misura dal fegato che lo autoproduce e in minor misura dal cibo) finisce nella cacca.

Gli omini gialli mi hanno subito fatto venire in mente le scene di Tutto quello che avreste voluto saper sul sesso e non avete mai osato chiedere in cui viene rappresentato un rapporto sessuale dal punto di vista degli spermatozoi. Woody Allen è uno di loro; ha paura ad uscire là fuori e, prima di lanciarsi, dice *che Dio me la mandi buona.* Rivedetevi il video perché merita: il prete beccato a boicottare l'erezione nel subconscio, lo spermatozoo nero che si domanda lui cosa ci stia a fare, gli spermatozoi che discutono tra loro su quello che li attende là fuori …

Il nuovo spot del Danacol, che si vede sulle TV ma non è ancora disponibile in rete, è stato girato dopo che la Danone era stata condannata dall'autority per pubblicità ingannevole. L'autority auspicava che scompaia ogni "generico riferimento – diretto e indiretto – alla potenziale insorgenza del colesterolo, riformulando le affermazioni spese nello spot, nonché mitigando la rappresentata riduzione del colesterolo

nello spot”. La condanna si riferiva anche al Danaos, quello con la Sandrelli che si picchia sulle cosce dopo aver salito le scale grazie al Danaos.

Sinceramente non vi so dire se quella nuova sia meno ingannevole della precedente (si gioca sempre tutto sul rischio che uno creda nella soluzione del problema quando non è così).

Di certo alla fine dello spot si dice una bella boiata: il colesterolo blocca l'afflusso del sangue verso il cuore. Io ero rimasto che le arterie (dove si accumula il colestrolo) portano il sangue dal cuore verso la periferia e mi risulta che sia ancora così (anche se ci sono le coronarie).

Ho deciso di tornare sopra al tema della pubblicità perché trovo singolare che si scateni quel che si è scatenato sulla Pasta Barilla in risposta alle dichiarazioni del Presidente cui Cruciani ha estorto quel che voleva farsi dire in merito a spot su famiglia tradizionale o new family e il dibattito si svolga intorno a una cosa che non esiste.

Per altro (con la eccezione di Ikea) mi pare che nessuno si sia ancora messo a fare pubblicità sulle famiglie omosessuali accanto a quelle etero, così come nessuno si è ancora messo a girare spot in cui il papà serve la mamma. Immagino che ci arriveremo, ma in compenso abbiamo un bombardamento continuo di spot demenziali e nessuno dice nulla.

Ma gli spot di Banderas che parla alle galline o che ci racconta quattro palle sui biscotti cotti al vapore, quelli vanno bene? E il Mulino Bianco, che non è a Parma, ma che è stato disegnato prendendo come modello un vecchio mulino lungo la Merse tra Monticiano e Chiusdino dove ora c'è un ristorante, quello va bene?

L'induzione dei bambini a mangiare merendine industriali piene di grassi idrogenati, additivi, conservanti, latte in polvere,

uova in polvere, … non crea problemi a quelli che hanno già dichiarato che non consumeranno più la pasta Barilla o a quelli che si sono rammaricati perchè, consumando normalmente paste abruzzesi o campane (De Cecco, Voiello, Gragnano, …), non potranno boicottare la Barilla?

D'altra parte sono questi spot che ci consentono di vedere le TV generaliste gratis e dunque becchiamoci il rituale e vomitevole "non andate via, rimanete con noi". Vi ricordate il referendum promosso dall'integralista Giulietti per eliminare le interruzioni pubblicitarie nei film che fine fece? Eravamo ai primi tempi del berlusconismo che forse si ridurrà ma non siu ridurranno le pubblicità.