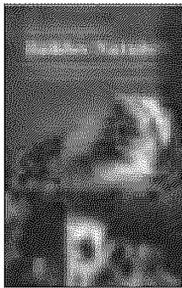


VARIA

Babbo Natale lavora in una multinazionale

BABBO NATALE non esiste. È una dura e cruda verità e prima o poi tutti ci dobbiamo fare i conti. Non solo: il vecchio corpulento con barba bianca e costume rosso e bianco che arrivava sulla slitta trainata dalle renne è uno spot. Santa Claus imbastardito col marketing è il leit motiv di questo libro di Nicola Lagioia che svela la natura perversa di un'icona pop che unisce infanzia e mercato, orrore della morte e finzione dell'eternità. In due parole: quello che vediamo aggirarsi in giro da domani fino al 25 dicembre non è la creazione innocente della cultura cristiana per i più piccini ma il progetto comunicativo di una multinazionale. Un mito d'oggi che nasconde la paura più grande: quella di morire.



Nicola La Gioia, "Babbo Natale. Dove si racconta come la Coca Cola ha plasmato il nostro immaginario", Fazi, p. 150, euro 13

