

SÌ, VI CAPIAMO. SIAMO  
TUTTI TERRORIZZATI  
DALLE «FESTE». PERÒ  
SI PUÒ SOPRAVVIVERE.  
ECCO QUALCHE IDEA  
PER LEGGERE, GUARDARE,  
ASCOLTARE, VIAGGIARE,  
MANGIARE E PERFINO  
FARE REGALI E AVVICINARE  
LETECNOLOGIE DI MODA  
SENZA FARSI MALE. ANZI.  
A MENO CHE NON ANDIATE  
A PRANZO PROPRIO  
DA MCDONALD'S,  
COME LA NOSTRA CAVIA...



# Babbo Natale non esiste

« In genere siamo convinti che Babbo Natale così come lo conosciamo [barba bianca, pancione, giubba rossa con i bordi di pelliccia bianca, aspetto gioviale e rassicurante] esista da secoli. Ci lamentiamo al limite che la sua figura venga sfruttata dalla macchina del consumo più sfrenato. Ma come reagiremmo al pensiero che Babbo Natale, più che essere cavalcato dalla società dei consumi, sia uno dei suoi rappresentanti più emblematici? E alla circostanza che la sua perenne quanto inafferrabile presenza nel complicato gioco di specchi che regola il nostro immaginario è dovuta in buona parte alla Coca Cola?... La «riscrittura» e il «lancio» planetario di Santa Claus come testimonial della Coca Cola è stato un crimine perfetto quanto a falsificazione della realtà storica: siamo persuasi che la sua benevolenza, la sua saggezza, il suo look traggano forza e ragione da un'origine che non ha niente a che fare con l'ideologia che domina la società dei consumi, ladove invece è proprio quest'ultima ad averlo costruito così come noi lo conosciamo. »

Da Nicola Lagloia, «Babbo Natale. Dove si racconta come la Coca Cola ha plasmato il nostro Immaginario», Fazi Editore, 2005