

CRONACA

IL FATTO/ Non basta un risotto gay-friendly a fare una famiglia

Monica Mondo

mercoledì 11 giugno 2014

A me piacciono i piatti 4 Salti in padella. So che sono zeppi di insaporitori che manco i ristoranti cinesi, ma il sapore, appunto, c'è tutto, e ben meglio di quel che ti prefissi quando cucini con le tue manine. Una tantum, insomma, risolvono una cena, e fa effetto. Fa effetto anche la nuova pubblicità della Findus, quella gay-friendly, si dice così: la mamma va a trovare il figlio emancipato che vive solo. Con un amico che si è messo ai fornelli. Scodella i tagliolini Findus cotti al microonde nella piramide di nylon, che preserva profumi e gusto, poi annuncia un'altra sorpresa... Il risottino! Ovviamente, con la pasta, ci vuole pure il risottino, e la mamma va in deliquio per tanta superba arte culinaria. Ma la sorpresa era un'altra: il cuoco amico, in realtà è il compagno... eppure la mamma non si sorprende per nulla, e leccandosi i baffi si accinge a ingurgitare il risottino con un consapevole "ma l'avevo capito!".

Traduzione: le mamme non sono più quelle di una volta, bacchettone e desiderose solo di fare le nonne (anche perché nonne lo saranno ugualmente, basta ritoccare qualche leggina, ed almeno alle adozioni gay ci arriviamo in fretta, per l'inseminazione toccherà aspettare qualche annetto, si sa, noi veniamo sempre dopo America, Olanda, paesi più civili di noi). I figli sono ancora imbarazzati a fare coming out, poveretti, l'educazione, la mentalità, è dura essere giovani e liberi in questo paese (troppo Vaticano, qui da noi, ecco la colpa). Per fortuna che questo papa ha cambiato verso. Cambia verso, come Renzi, no? Sono i discorsi che si sentono in giro, abitualmente, e poco importa che siano stupidi. Diventano sensibilità dominante, cultura. Chi non s'adega è fuori, è antico, conservatore, anzi retrogrado, ultimamente fascista, perché si arriva sempre lì. Se la maggioranza si allinea al pensiero che si impone, non solo le leggi (che dovrebbero essere immuni da mode e domini di pensiero, mentre oggi van dietro) ma soprattutto il mercato si adegua.

Ricordate la gogna che impalò il povero Pietro Barilla, colpevole di aver detto incautamente a La Zanzara che la sua azienda credeva nella famiglia, e che uno spot con gli omosessuali non l'avrebbe mai fatto. Pover'uomo, capitali investiti nei Mulini Bianchi, doveva difenderne il principio. E invece lui pure ha dovuto rettificare, chiedere scusa, inventarsi uno slogan politically correct, sbeffeggiato da concorrenti che si sono precipitati a regalarci quadretti di famiglie nuove, con ragazzi che si tengono languidamente per mano, vedi l'Ikea, Mc Donald's...Ma anche l'italianissima Althea, quella che fa i sughi pronti.

La domanda è: la propaganda anticipa, orienta, massifica il pensiero comune o viceversa? Davvero siamo tutti convinti che avere un figlio che convive col compagno, o una figlia con la compagna siano la normalità, anzi la norma? Che la parola famiglia egualmente identifichi una comunità composta da padre, madre, figli, oppure due ragazzi/e che vivono insieme? Non è una questione di morale, ma di ragione, e ragione sociale. Ci sono i rapporti di amicizia, e ci sono le famiglie. Ci sono le tendenze sessuali, e ci sono i generi sessuali.

Al momento nonostante tutti i tentativi di manipolazione inventati faustianamente dalla cosiddetta scienza medica, i generi sessuali restano due, maschile e femminile, stando a quel che dice il dna. E si devono unire per generare, in qualunque modo, ma si devono unire. Due ragazzi che si fanno il risottino insieme saranno pure due amanti, ma non sono una famiglia. E sfido qualsiasi madre, sana di mente, a non rimanere almeno un attimo turbata davanti a un figlio che le presenta il proprio compagno.

Non perché ottusa o bigotta: si chiederà cos'è successo, dove ha sbagliato, almeno a non capire; si chiederà se suo figlio è felice davvero, e quanto ha sofferto o dovrà soffrire, anche solo per le incomprensioni, che non saranno minori, se lei si mette a fare la deficiente e a fingere che non sia nulla, parlando della ricetta dei tagliolini. Lo amerà eccome, è una madre, ma senza bamboleggiare: ricordate quelle brave donne di casa che parlavano di detersivi o dadi per brodo tutte acchittate, nelle quattro mura domestiche, e non c'era guerra fredda, crisi economica, tradimento coniugale che potesse scalfire quei quadretti fasulli di intimità familiare. Ecco, lo spot della Findus gay-friendly ha lo stesso spirito. Banalizza, sbandiera uno stereotipo, non fa pensare, anestetizza il pensiero. Bella fine, per chi crede che rivendicare il proprio orientamento sessuale sia una scelta di libertà.

© Riproduzione riservata.