

---

## La mania dei cerotti blu

**Autore:** Aurelio Molè

**Tra le tendenze estive si annovera la nuova moda lanciata, questa volta involontariamente, da Mario Balotelli quando si è tolto la maglia per esultare del secondo gol segnato alla Germania nella semifinale dei campionati europei**

Le icone dello sport sono i migliori testimonial delle pubblicità. Veicolano l'idea di successo, gioia di vivere, la voglia di godersi la vita. È molto facile identificarsi con campioni come Kakà, Valentino Rossi, Federica Pellegrini che vendono la loro immagine di campioni dello sport. E, infatti, li ritroviamo in molti spot. Il consumatore s'identifica con loro, compra il prodotto che pubblicizzano con l'illusione di poter essere come loro, perché, come sappiamo, gli spot veicolano dei valori, delle idealità. Si cerca una dimensione sul piano dell'essere, dell'identità, della personalità acquistando un prodotto che ci riporta alla dimensione dell'avere, del materiale e del possesso.

A volte, come il caso di Mario Balotelli agli ultimi europei, i campioni dello sport diventano testimonial involontari di prodotti che scatenano addirittura una moda dell'estate. È il caso dei cerotti blu visti sulla schiena di Balotelli dopo l'esultanza del secondo gol nella semifinale degli europei contro la Germania. Sono stati notati anche dietro il collo di Gigi Buffon e molti si sono chiesti cosa fossero.

Il primo effetto è che sono subito diventati irreperibili nelle farmacie, esauriti fino al prossimo europeo. Tanto le prodezze dell'attaccante italiano hanno fatto dimenticare la crisi economica e ogni ricaduta sul nostro povero portafoglio.

In realtà i cerotti blu non rilasciano alcun tipo di farmaco contro il mal di schiena, hanno un effetto momentaneo sui muscoli, ma non curano le cause. Basandosi sui principi della bio-meccanica, aiutano le fasce muscolari danneggiate o stressate a guarire. La tecnica dell'*elastoplasting*, così si chiama, stimola il processo di autoguarigione dei tessuti danneggiati e può aiutare la circolazione per alleviare un'inflammatione e impedire ai muscoli di contrarsi eccessivamente. Funziona per le contratture muscolari, il tunnel carpale, la lombalgia, l'artrosi cervicale, la tendinite e l'epicondilite.

È stato sperimentato per la prima volta in Giappone dal chiropratico Kenzo Kase negli anni Settanta. Poi si è diffuso negli Stati Uniti anche perché la chiropratica è molto diffusa come tecnica di fisioterapia, ed è approdato in Italia, con leggere modifiche, alla fine degli anni Novanta. Erano pressoché sconosciuti al grande pubblico. Potenza di un testimonial, solo per questa volta involontario, perché ora tutti ne sono al corrente. È nata così una nuova moda d'estate.

Altro è il caso della cresta dorata da moicano che Super Mario sfoggiava. È stato un preciso accordo con una marca sportiva per lanciare un nuovo spot lanciato lo scorso 21 maggio e che, in poche ore, ha avuto milioni di visualizzazioni. L'unica differenza è che, nello spot, la cresta non è ancora bionda.