Scandal "istoric": reclamă proiectată lângă Acropole

Un sit istoric celebru la nivel mondial a devenit scena unei reclame. O campanie publicitară a brandului sportiv Adidas a provocat un val de critici şi nemulţumiri în Grecia, după ce un spectacol cu drone luminoase - ce forma imaginea unui pantof sport - a fost proiectat pe cerul Atenei, având în fundal Acropola, simbolul naţional şi cultural al Greciei. Ministrul Culturii, Lina Mendoni, a reacţionat ferm, declarând că reclama nu avea autorizaţie şi că va fi iniţiată o acţiune în instanţă împotriva celor responsabili. "Este o imagine proastă, foarte neplăcută - e ca şi cum gheata Adidas ar lovi Acropola", a declarat ea pentru radioul Skai, criticând atât organizatorii, cât şi instituţiile implicate. Deşi spectacolul cu drone a avut loc pe esplanada Palatului Zappeion, o zonă aflată în administrarea statului, Ministerul Culturii susţine că nu a fost solicitată aprobarea oficială pentru utilizarea fundalului Acropolei, în ciuda reglementărilor stricte din Grecia privind imaginile cu situri arheologice.

Campania a fost realizată de agenţia Essence Mediacom, care a obţinut permisiunea de utilizare a esplanadei Zappeion contra unei chirii modice - 380 de euro - dar fără a notifica Ministerul Culturii, potrivit autorităţilor.

Context tensionat - artă refuzată, reclamă acceptată

Controversa este alimentată şi de un episod recent: regizorului Yorgos Lanthimos, premiat cu Oscar, i s-a refuzat luna trecută permisiunea de a filma la Acropole. Ministerul Culturii a considerat că scenele din film nu erau potrivite cu imaginea sitului istoric. Comparând cele două decizii, utilizatorii de pe reţelele sociale şi opoziţia politică acuză un dublu standard: "Nu lui Lanthimos. Da pentru Adidas. Nu artei, da banilor".

Partidul de opoziţie Pasok a emis un comunicat critic: "Acropola, un simbol global al culturii şi democraţiei, nu poate fi tratată ca fundal în scopuri comerciale. Se pun întrebări serioase privind responsabilitatea Ministerului Culturii".

Patrimoniul, sub presiune

Cu peste 4,5 milioane de vizitatori în 2024, Acropola rămâne una dintre cele mai importante atracţii turistice din lume şi un simbol al patrimoniului UNESCO. Grecia impune reguli stricte privind reprezentarea siturilor istorice, tocmai pentru a proteja valoarea culturală a acestora în faţa presiunilor comerciale. Scandalul Adidas readuce în prim-plan o dezbatere sensibilă: până unde pot merge brandurile în folosirea patrimoniului cultural în scopuri comerciale şi cum trebuie reglementate aceste practici într-o lume în care marketingul digital capătă forme tot mai spectaculoase - dar şi controversate.