Maria Rosaria Boccia ci ricasca: usa il logo della Camera per promuovere diete e ritocchini

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? Sui suoi profili social Maria Rosaria Boccia pubblica quasi ogni giorno immagini e card in cui campeggia, ben visibile, il logo della Camera dei Deputati. Lo utilizza per presentare iniziative, card motivazionali, messaggi rivolti ai follower e, soprattutto, per ribadire il proprio ruolo di â??ideatriceâ?• degli intergruppi parlamentari dedicati alla â??cultura della bellezzaâ?• (medicina estetica) e alla dieta mediterranea. Lâ??Adnkronos ha potuto contare oltre 10 post di questo tipo nellâ??arco di pochi giorni.

Una grafica, corredata dalla foto di Boccia che tiene in mano atti parlamentari o Ã¨ immortalata con alle spalle la scritta â??Camera dei deputatiâ?•, che richiama quella delle comunicazioni ufficiali di Montecitorio e che, di fatto, suggerisce che quelle attivitÃ siano parte dei lavori parlamentari o in qualche modo collegate allâ??istituzione.

Il tutto stride con la vicenda che, pochi mesi fa, aveva portato la Camera a interdirle lâ??ingresso: Boccia aveva infatti utilizzato degli occhiali smart con cui ha registrato (e pubblicato sui suoi profili) quanto accadeva nei corridoi di Montecitorio senza alcuna autorizzazione, violando le regole interne sui dispositivi audiovisivi. Un episodio che aveva fatto scattare lâ??azione del Comitato per la sicurezza di Montecitorio, che ha stabilito un divieto totale. A quanto risulta allâ??Adnkronos, questo divieto Ã¨ tuttora in vigore.

Peraltro, il ruolo di â??ideatoreâ?• di un intergruppo parlamentare non ha alcun rilievo istituzionale, e gli stessi intergruppi sono delle realtÃ informali che nascono senza che vi sia una procedura o un coinvolgimento degli uffici della Camera. Solo i deputati, o i loro collaboratori, possono usare il logo di Montecitorio per comunicare le attivitÃ collegate al loro mandato.

La distanza tra la visibilitÃ e i voti reali

Alle regionali campane che si sono appena chiuse, lâ??imprenditrice campana candidata nella lista di Stefano Bandecchi ha raccolto appena 118 preferenze, in una formazione che a livello regionale si Ã¨

fermata allo 0,4%. Il dato contrasta con mesi di esposizione mediatica: dal caso Sangiuliano alle collaborazioni social, inclusa quella con Rita De Crescenzo (che non Ã¨ neanche riuscita a votare), fino alle presenze televisive e radiofoniche: piÃ¹ volte in prima serata a â??Piazzapulitaâ?•, a â??Lâ??aria che tiraâ?•, a â??Un giorno da pecoraâ?•. Una rilevazione di Mediamonitor.it dellâ??11 novembre mostrava Boccia come la terza figura piÃ¹ citata nei notiziari e talk nazionali, dietro solo ai due candidati alla presidenza Cirielli e Fico: 124 menzioni complessive.

Lâ??enorme visibilitÃ non si Ã¨ tradotta in consenso, ma nonostante il risultato elettorale, Boccia non sembra intenzionata a fermarsi: ha giÃ dichiarato di voler proseguire lâ??impegno politico e puntare, insieme a Bandecchi, alle elezioni politiche del 2027.

â??

politica

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

default watermark

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Novembre 26, 2025
Autore
redazione