

Sessismo, la città si divide davanti al manifesto della lacca, tra allusioni, leggerezza e vintage

di **Redazione**

09 Luglio 2018 - 8:58



Genova. Un manifesto pubblicitario appeso a Sampierdarena, sta facendo discutere la comunità cittadina, virtuale e non, divisa in due tra condanna e assoluzione.

La pubblicità è di una lacca per capelli, e nell'immagine è presente una giovane donna, gambe in bella mostra, tacco 14, vestito attillato cortissimo, e un tripudio di capelli evidentemente laccati.

Ma lo "scandalo" arriva con lo slogan che campeggia sul manifesto: "Le donne hanno in testa una cosa sola!". Boom. L'allusione sessuale, che ironizza su un piccolo doppio senso, visto che si sta parlando di lacca, ha fatto infuriare in molte e molti (forse un po' meno).



Elena Fiorini

14 h · la Repubblica ·



La lacca la usano le amiche di mia madre, dai. Capisco l'impegno disperato per farla acquistare, ma le donne hanno in testa tutt'altro, sorry. E proprio non credo saranno stimolate all'acquisto da stereotipi di donne senza cervello e dall'uso strumentale del corpo femminile,,,



Da qui la campagna per segnalare questa pubblicità: “il modo di denunciarlo è scrivere al Garante dello Iap (Istituto autodisciplina pubblicitaria), che già in passato ha fatto ritirare campagne considerate lesive e irrispettose della dignità”. A scriverlo e rilanciarlo sulla sua pagina facebook è anche l'ex assessore ai Diritti del Comune di Genova Elena Fiorini.

Centinaia di condivisioni, quindi, contro la pubblicità: l'utilizzo del corpo femminile, lo svilimento della donna, il doppio senso sessista sono le argomentazioni più frequenti.

Non tutti, però, sono d'accordo su questa lettura. Altrettanto numerosi sono i commenti che provano a sgonfiare la polemica: per molti il doppio senso è un gioco e polemizzare ha dato solo maggiore visibilità alla pubblicità stessa. Altri fanno notare come in giro per la città ci siano altre immagini ben più esplicite.

Sono in molti a segnalare lo stile vintage del manifesto, che si rifà alle pubblicità anni 50 sia come immaginario che come vocabolario, agganciando l'attitudine stessa del marchio, che del vintage ha fatto bandiera.

Insomma, il classico polverone. Tant'è pare se ne parlerà anche in consiglio comunale, visto che l'appello al sindaco per farlo rimuovere circola insistentemente. Un tema sicuramente estivo, tanto di cose da fare non ce ne sono.