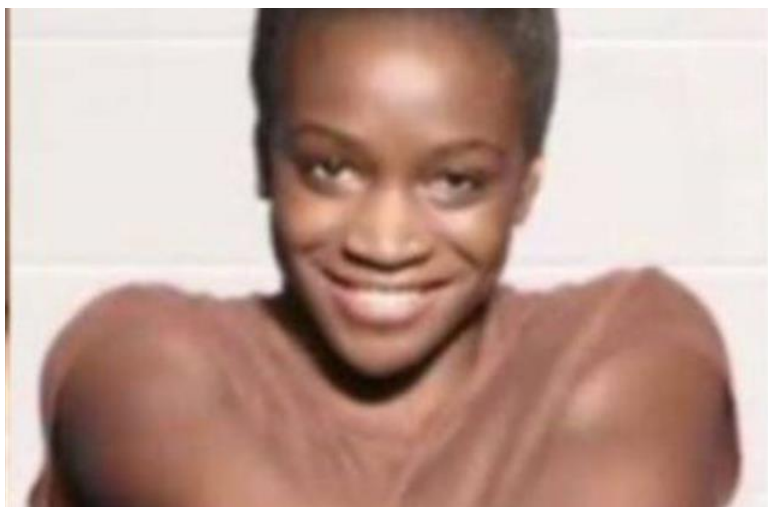




Dai che è verde

una rubrica di LIA CELI



10 ottobre 2017



Lo spot Dove ritirato e il razzismo da Calimero

La pubblicità della lozione non solo è discriminatoria, ma urta la sensibilità di molte donne di colore che mettono a rischio la loro salute pur di sbiancarsi la pelle. Invece che alle lozioni, Unilever doveva ispirarsi a *Culo nero* di Barrett.



LIA CELI

Twitter

«N

on sei nero, sei solo sporco», diceva l'Olandesina della Mira Lanza infilando in lavatrice Calimero, che ne usciva di lì a poco bianco come la neve. Anche Dove, il noto marchio di prodotti per l'igiene personale, è un po' olandesina, e non solo perché appartiene alla multinazionale anglo-olandese Unilever: in un recente spot pubblicitario ha mostrato una modella di colore che insieme alla maglietta si sfilava di dosso tutta la sua melanina e si trasformava in una diafana caucasica, grazie a una lozione per il corpo. Mancava solo l'esultante *claim* finale del pulcino nero, «Dove, come lava!».

IL SOGNO DELLA PELLE CANDIDA. Di questi tempi basta molto meno per essere linciati sul web: investita da una pioggia di critiche, Dove ha ritirato lo spot con tante scuse, e non vorremmo essere nei panni di chi ha pensato e realizzato il filmato, compromesso soprattutto dall'incauto montaggio: se la sequenza fosse stata invertita e a colorarsi fosse stata la modella lattea, nessuno avrebbe avuto niente da ridire. O forse sì, perché aprire lo spot con una ragazza bianca poteva essere interpretato come un'allusione alla priorità dei bianchi rispetto a neri e asiatici, «whites first», eccetera. Ma così com'è, lo spot Dove ha un sapore troppo amaro. Non solo perché sa di discriminazione razziale, ma perché, intenzionalmente o no, tocca un nervo scoperto e dolente nella sensibilità di tante donne di colore, che inseguono davvero il sogno della pelle candida, anche a rischio della loro salute.

UNA MODA PERICOLOSA. Nell'Africa subsahariana le creme sbiancanti sono il quarto prodotto più usato dalle casalinghe, dopo il sapone, il tè e il latte, e occupano intere corsie dei supermercati. In Nigeria le usa il 77% delle donne fra i 21 e i 35 anni, anche se il governo, insieme a quelli di Ghana e Costa d'Avorio, da anni ha messo fuorilegge i prodotti per schiarire la pelle perché contengono ingredienti come idrochinone e mercurio, altamente nocivi: assottigliano lo strato cutaneo rendendolo fragilissimo, e sono sospettati di favorire il cancro. In Sudafrica, dove queste candeggine per la pelle sono state vietate fin dal 1980, è fuorilegge perfino la parola «sbiancante» in pubblicità. E così le pomate corrosive si promuovono con spot e messaggi molto simili allo spot Dove: nessuna allusione diretta al trattamento, ma allettanti foto «before» e «after» della stessa modella sorridente, prima color cioccolato, poi color panna.

LA LEZIONE DI BARRETT. Se proprio Dove vuole insistere con gli spot dermo-metamorfici, ingaggi come copywriter lo scrittore nigeriano A. Igoni Barrett, autore del romanzo satirico *Culo nero*, protagonista un trentenne di Lagos che una mattina si sveglia bianchissimo, tranne che sulle chiappe. Forse è l'unico da cui, in tema di colore della pelle, si possono prendere lezioni. Pardon, lozioni.

▶ 0:00

Ghostery ha bloccato il lettore video Brightcove Player.



© RIPRODUZIONE RISERVATA