

Il copy writer emigrato a Milano: «Immagine né provocante, né provocatoria» «Eva-sexy? Pubblicità innocua»

“Né provocante, né provocatoria. Quella donna nuda è così ‘photoshoppata’ che sembra di plastica. Chi ha pensato la campagna pubblicitaria ha giocato sul simbolo biblico di Eva e lo ha interpretato pedissequamente. Quasi quasi il parroco avrebbe dovuto fargli un applauso, per come è stata fedele la lettura del personaggio”. Parola di Paolo Gargiulo, 36 anni e da 8 a Milano, capitale della pubblicità dove lui, originario di Gragnano, lavora come copywriter free lance, dopo una serie di esperienze nelle maggiori agenzie di comunicazione multinazionali. Creativo con l’istinto della provocazione, ha avuto il suo “quarto d’ora di celebrità” - tanto per citare Andy Wharlol - quando ha messo in vendita su e-bay la bambolina voodoo dell’ormai ex premier Berlusconi. Con Gargiulo ragioniamo su senso e significato del cartellone pubblicitario criticato da don Michele Di Martino, durante l’omelia di domenica scorsa alla chiesa del Carmine.

Come giudica questa campagna?

“Non è neanche innovativa. Negli anni ‘70 Oliviero Toscani usò un simbolo religioso per la pubblicità dei jeans Jesus. L’head-line (lo slogan ndr) era ‘Chi mi ama, mi segua’ stampata su un paio di natiche. Magari all’epoca poteva essere anche un messaggio di rottura. Ora di rottura è rimasta solo quella di scatole...”

Immagine che disturba?

“Mi hanno disturbato di più quelle precedenti dello stesso marchio in cui la donna vestita giocava col serpente. Sembrava Moana”.

La pubblicità, e non solo, ci ha abituato ai nudi più o meno esibiti. In ballo qui, però, c’è anche la religione...

“Ma io non ci vedo nessuna blasfemia. La pubblicità fa questo: gioca coi simboli. Qui per rappresentare le ‘bad girls’, le cattive ragazze a cui si rivolge il marchio, si è scelta la prima donna “cattiva” della storia: Eva. Il simbolo non è stato stravolto. Magari una ragazzina ignorante, che neanche sa chi è Eva nell’antico testamento, lo viene a sapere così. Insomma siamo davanti a un esercizio pubblicitario innocuo. Diverso sarebbe stato se si fosse rappresentata la Madonna con le calze a rete”.

Ci sono limiti?

“Certo, ci sono codici deontologici e organi di autoregolazione spesso intervenuti per il ritiro di campagne perché veniva

Gargiulo: «Il simbolo religioso interpretato alla lettera
Gli scandali sono altri, basti pensare alla camorra»

I commenti



IL GIOVANE

“Non vedo nessun male. Da un po’ di sollievo rispetto a tanti guai quotidiani che passiamo”.



LA CASALINGA

“Chi è molto religioso si può sentire anche infastidito. Ma è una bellissima ragazza, sta bene dove sta”.



LA PENSIONATA

“La trovo un’immagine brutta e indecente al di là dei significati religiosi che qualcuno ci potrebbe leggere”.

offesa la religione. Ma chiariamo una cosa: la pubblicità non ha una funzione educativa”.

E’ ancora efficace la pubblicità che usa i nudi?

“Mi piacerebbe avere una risposta certa. Tendenzialmente si pensa di sì. Sul punto è aperto da anni un dibattito all’interno stesso del nostro mondo. Ormai si è raggiunta una saturazione tale di nudi che mi stupisce che ci si scandalizzi ancora. Io, se posso, cerco di non usarli”.

Nessuno scandalo?

“Gli scandali sono altri, sotto gli occhi di tutti”.

Un esempio?

“La camorra”.

(a.s.)

LE REAZIONI IN CITTA’

Castellammare si divide sul monito di don Michele

Gli uomini apprezzano, le donne minimizzano



IL SONDAGGIO
SU METROPOLISWEB.IT

IL PRETE HA RAGIONE?

Al sondaggio lanciato da metropolisweb.it gli utenti hanno risposto sì (51,25%) no (45%) e non so (3,75%)

Città divisa sul manifesto sexy di una nota marca di abbigliamento, ribattezzato “la pubblicità del peccato”. Dopo le dure omelie di Don Michele Di Martino, il parroco della chiesa del Carmine contro simboli anticristiani, un serpente che avvolge il corpo conturbante della modella e una mela posata davanti alle sue parti intime, i cittadini si dividono sulla rimozione del cartellone.

Per alcuni le parole di Don Michele sono fondate e comprensibili da un punto di vista religioso, per altri la richiesta di togliere quella fotografia è eccessiva. “Dimostrerebbe solo che siamo una città bigotta”, afferma un anziano signore che guarda con piacere la modella seminuda, prestando poca attenzione al nome della casa di moda che promuove.

“Certo non è un’immagine neutra - commenta il suo amico - Però con tutti i nudi a cui siamo abituati con le immagini che passano sempre in televisione, questa non è la cosa più scandalosa che si vede in giro”.

Della stessa opinione anche un ragazzo poco più che ventenne che sorridendo dice: “Non si può assolutamente oscurare una bellezza del genere e poi che male fa, anzi - continua - dà un po’ di sollievo a chi è affranto da mille problemi quotidiani”.

La diatriba tuttavia, non è sulla nudità quanto piuttosto sulla presenza dei simboli del peccato originale che invoglierebbero a condurre una vita contraria al credo cristiano. L’interpretazione del parroco che si trova ogni giorno faccia a faccia con il manifesto

posto a pochi metri dalla chiesa, lascia indifferenti anche molte donne. Alcune cittadine infatti, pur apprezzando lo sforzo di Don Michele di dare una corretta indicazione sullo stile di vita agli adolescenti, contestano l’accanimento della chiesa nei confronti di una forma artistica, seppur opinabile in fatto di gusto.

Ed è proprio la scelta di rappresentare capi di abbigliamento con una donna che non ha neanche un vestito addosso scatena le divergenze più evidenti.

“Chi è molto religioso può essere anche infastidito - commenta una signora - Ma è una bellissima modella. Per me sta bene dove sta”. “A me non piace affatto - dice decisa una signora di mezza età - la trovo volgare e indecente, a prescindere dal significato che qualcuno vuole leggere tra le righe”. Di opinione opposta i cittadini di sesso maschile che, comprensibilmente, non vanno tanto per il sottile e forse a loro poco importa se attraverso questa pubblicità non potranno ammirare i capi della collezione autunno-inverno. Certamente

ne saranno più dispiaciute le mogli. Ora sia aprono le scommesse sulle motivazioni di eventuali litigi che il manifesto potrebbe scatenare in famiglia: coniugi più gelose dell’avvenenza della testimonial del marchio o più arrabbiate perché, non comparando sul manifesto alcun abito, i mariti non avranno lo spunto adeguato per il loro regalo di Natale?

Valeria Di Giorgio

I precedenti storici



L’ARTE

Nella foto a sinistra un quadro di Tiziano Vecellio che rappresenta Eva che tenta Adamo, prendendo la mela, e disubbidisce così all’ordine divino. La punizione sarà la cacciata dal paradiso terrestre.