

Sin dalla prima inquadratura capiamo di essere davanti all'ennesima pubblicità sessista, di cattivo gusto e addirittura bruttina da vedere: lo spot del "salame cacciatore" contiene infatti, stipati in pochi secondi, una considerevole densità di stereotipi sia al maschile che al femminile.

In sottofondo una radio trasmette una partita di calcio, ed eccoci servito il primo stereotipo: come se il calcio fosse l'unico interesse e passione di ogni uomo, che appiattimento!



A partire dal primo frame, già estremamente eloquente, vediamo che la camera da inizio allo spot inquadrando una coscia, oltre ad una mano femminile appoggiata su di un tavolo. Cosa accade? Una donna bionda e seminuda, sembra mostrare una certa impazienza, e con fare carico di erotismo sembra strusciarsi sul tavolo, quasi a volerci salire sopra. Il gesto è rapido, ma l'allusione è evidente.



Il suo sguardo è attirato da qualcosa, il suo non è un viso sorridente, ironico o sereno. Non tardiamo a capire che si tratta di una donna disponibile sessualmente, alla ricerca del piacere.

Procedendo nell'analisi delle immagini, vediamo apparire accanto a lei apparire un uomo, seduto al tavolo. Nonostante l'evidente desiderio manifestato dalla fanciulla, l'uomo continua con aria imbambolata (dire da salame sarebbe troppo facile!) a mangiare fettine di salame preferendo il piacere del palato a quello sessuale.



Lui tiene addirittura gli occhi chiusi, perso nell'estasi del gusto.

Man mano che l'inquadratura si allarga, vediamo che l'unico indumento che lei indossa è una camicia bianca, sbottonata, da cui fa capolino, lo intravediamo, un seno piuttosto abbondante.

**Ricapitolando:** lei svestita, in piedi, appoggiata ad un tavolo, osserva morbosamente un uomo, seduto, che mangia salame e ascolta la partita. I due non si guardano, lui non è in alcun modo attratto da lei; sembra quasi che i due appartengano a due livelli diversi di lettura nella stratigrafia di queste immagini. Eppure il fatto che lei indossi una camicia da uomo, dettaglio non irrilevante, sembra far intuire l'esistenza di un legame di intimità fra i due



La frase, pronunciata da una voce femminile, “L’uomo è cacciatore” è lo slogan pubblicitario, ma le immagini sembrano in realtà raccontarci altro. La donna non appare affatto come “preda”, ( in ogni caso sarebbe comunque meglio, secondo noi consumatori e consumatrici, evitare simili allusioni al contrasto di ruoli tra “vittima” e “cacciatore”). Allo stesso tempo lui ci viene rappresentato come un casanova al contrario, tutt’altro che cacciatore, descritto in uno stato di semi-incoscienza.

### **Perché, concludendo, possiamo affermare oltre l’evidenza di riconoscere uno spot non gender friendly?**

Non accade nessuna vera interazione fra i due; nessun vero motivo per giustificare la presenza di una donna semi-nuda e muta, niente che colleghi questa figura femminile, e l’atmosfera erotizzata che essa emana, al prodotto in vendita. Ci ritroviamo davanti all’ennesimo corpo-oggetto erotizzato messo in vetrina per attirare l’attenzione. L’ennesimo, mal ripreso, stereotipo, che rischia di farci passare ogni genere di appetito e che ci costringe a rimandare la speranza di vedere una pubblicità che non scivoli nella tentazione di sfruttare il corpo delle donne e dove quello che accade abbia, al nostro sguardo, almeno un pochino di senso.