

## In Italia il marketing ha ancora paura dei gay

A corollario del non possumus delle istituzioni ecclesiastiche l'Osservatore Romano ha lanciato i suoi strali su Banfi accusato di un eccesso di compiacenza nei confronti di una coppia lesbica nel suo sceneggiato televisivo.

Presentando "irresponsabilmente come risolto e normale un problema, quello delle coppie gay, che resta invece drammaticamente aperto". Un anatema che se espresso dalla Chiesa di Ruini non è motivo di troppo, anche se amaro, stupore mentre diviene a dir poco sconcertante quando, a dividerlo, è anche il mondo delle imprese. Che dimostra ostentatamente, in Italia, di ignorare la popolazione gay. Eppure è un mercato di grandi dimensioni: lo si stima intorno ai 4 milioni di individui. Ignorato o quasi. Si assiste, da anni, alla ricerca spasmodica di nicchie - che si dimostrano poi sempre più asfittiche - e non si dedica attenzione invece, per anacronistici pregiudizi, a segmenti ben più ampi. Il comportamento prevalente di chi vende, nei confronti di questa comunità, è ancora, da noi, in bilico tra l'ostracismo, il disinteresse, la diffusa ignoranza sulla cultura che esprime, il sorriso ironico. Diffusa è comunque la convinzione che si debba, rivolgendosi troppo esplicitamente a questo segmento, pagare un pegno rispetto all'opinione pubblica. Non è davvero così. Tra tutti trend che GPF monitorizza con rilevazioni annuali, da oltre un quarto di secolo, quello relativo all'omosessualità - nel senso di una maggiore tolleranza/comprendimento - è il solo che ha manifestato una crescita costante, anno dopo anno.

L'item "l'omosessualità è una normale espressione della sessualità" fa appunto registrare un incremento continuo passando dal 20,0 % della prima rivelazione all'attuale 51,2%. La modalità di risposta è tricotomica: le altre due alternative sono "è una malattia" che passa dal 57,2% del 1978 all'attuale 35,0% mentre "è una grave perversione" si mantiene stabile intorno al 16%. Il testo della domanda adesso appare un po' naive ma va contestualizzato al periodo della prima rilevazione: venne, allora, messo a punto con la collaborazione di Angelo Pezzana e Enzo Cucco.

Un vissuto, quindi, che è incisivamente cambiato e che contrasta vistosamente con la pruderie delle imprese. In qualche comparto - ad esempio la moda - è stato sdoganato anche se più a livello della comunicazione pubblicitaria (per tutti il lesbismo da Sisley e l'omosessualità da Dolce&Gabbana) e con l'inserimento di qualche commesso gay nei punti vendita. Ma si tratta per lo più di eccezioni: sovente più all'insegna dell'epater le borgeoi che di un'effettiva volontà di instaurare un dialogo con questa comunità. L'essere gay è per lo più considerato - da chi produce e chi vende - come una scelta sessuale e non come condivisione di una cultura altra che

non coincide con quella egemone: ma che non ha, nei confronti di questa, alcuna subalternità e pretende un analogo riconoscimento di "normalità". Rivolgersi ai gay, anche se in termini di mercato, non solo è una scelta di civiltà ma - è opportuno ancora sottolinearlo - vuol dire aprirsi ad un mercato assai vasto. Che, se per talune scelte, coincide con quelle della restante popolazione per altre mostra un proprio specifico che sarebbe davvero miope ignorare. Negli Stati Uniti - dove si calcola che i gay siano 19 milioni con un potere d'acquisto intorno agli 800 miliardi di dollari - ho partecipato a una serie di eventi rivolti al "gay market" dove erano presenti esponenti delle maggiori corporation di quel Paese.

Forse non per civismo, o perché siano particolarmente illuminate, ma perché percepiscono con realismo e lucidità le grandi opportunità di questo mercato. Prevalentemente composto da singles o da coppie senza figli, con una buona propensione al consumo, uno spiccato senso estetico, un accentuato equilibrio tra i due emisferi del cervello, un'elevata relazionalità, stili di vita che non coincidono necessariamente con quelli della maggioranza. Soggetti di grande sensibilità, più attenti di altri all'aspetto, e in particolare all'abbigliamento - che non significa affatto eccentricità nel vestire - con un singolare mix tra una tensione a vivere fuori casa e un forte coinvolgimento e cura per tutto ciò che concerne l'abitazione, la condivisione di proprie icone forti - dal trash alla cultura alta - e di prodotti totemici e di culto.

Estremamente mobili potrebbero costituire, con un'offerta adeguata, un target privilegiato per l'industria turistica, i viaggi aerei, le crociere. Negli Usa anche la seria industria automobilistica (Ford con Jaguar ma anche Mazda, Saab, Volvo) hanno rivolto una rispettosa e proficua attenzione al gay market. Molti altri settori merceologici (Levi's, Ikea ecc) hanno patrocinato le giornate del gay pride.

da Affari&Finanza (la Repubblica) del 19 febbraio 2007



La famiglia omosessuale di Ikea

## L'omino bianco e il paese dei sette colli

(ogni riferimento a persone è tutt'altro che casuale)

C'era una volta un paese dai sette colli.

In questo paese c'erano tante persone: chi puliva le strade, chi prendeva un caffè, chi diceva messa.

Questo paese era particolarmente famoso perché sbucavano dal niente omosessuali! Nessuno si spiegava come mai era possibile, ma ogni giorno ne sbucavano di nuovi dal niente. La cosa, però, non creava particolare scalpore tranne che per un ometto tutto vestito di bianco dall'accento nordico. Ancor più da quando aveva scoperto che il suo braccio destro, un porporato giovane e sportivo, era anche lui sbucato dal nulla!

C'erano, poi, alcune persone che si levavano di buon ora per andare a governare la popolazione. Si recavano diligenti su uno dei colli, chiamato Montecatorcio. Durante la giornata si trovavano spesso a discutere di come risolvere i problemi dell'uno o dell'altro cittadino.

Per esempio, c'era un omino di loro, piccolo piccolo, che aveva un amico. Questo amico aveva un grosso problema: era stato accusato dai temibili Nosferatu Magister di aver rubato dei soldi e di aver aiutato degli uomini cattivi a fare i loro loschi affari. Ma l'omino piccolo piccolo, con grande slancio di bontà, fece in modo che il suo amico non venisse imprigionato.

Come ogni giorno, nel paese dai sette colli, sul colle chiamato Montecatorcio, si discuteva animatamente e pacificamente di una questione: da dove nascono gli omosessuali?

Accesi e interessanti i vari interventi.

C'era un uomo che diceva di essere "duro", ma che tutti chiamavano il farneticante bavoso vestito di tutto punto a punti verdi, che sembrava molto interessato a intervenire ma la febbrile agitazione ne rese incomprensibili le parole. C'era una donna tarchiata e mascolina che sosteneva che gli omosessuali nascono da sotto una pianta. C'era l'uomo delle crociate che si sentiva minacciato, chissà perché, e sosteneva che se era vero che gli omosessuali uscivano da un buco, sarebbe stato meglio tapparli prima che potessero corrompere tutta l'umanità! Quest'ultimo, poi, ricevette una rivelazione dall'ometto vestito di bianco con l'accento nordico: lui riteneva che gli omosessuali nascevano da sotto i sassi!

Dopo un acceso dibattito sulla possibilità di questa ipotesi, decisero unanimemente che c'era una sola soluzione: andare nei campi e cercare. La preparazione fu lunga e attenta. Partecipavano tutti: dai personaggi in vista al contadino, dai docenti universitari agli scrittori, e ovviamente i lavoratori del colle Montecatorcio. I viveri e tutto il necessario per i bisogni di tutti vennero caricati su un carretto e poi via alla scoperta!

Tra la paura dell'ignoto dei primi tempi e la stanchezza degli ultimi, passò quasi una settimana senza riuscire a trovare un anfratto, un'impronta o dei vestiti. Tanto meno persone che uscivano dai buchi.

Ma al settimo giorno:

«Eccoli eccoli!», urlava il crociato, «Li ho trovati!»

Tutti accorsero con grande affanno e con grande eccitazione. Guardando non credevano a quello che vedevano. Un ragazzo. Un omosessuale di certo. Era immobile con la lingua penzoloni sotto un enorme sasso. Tutti iniziarono a chiedergli come si chiamasse, da dove veniva, chi erano i suoi genitori, eccetera. Lui era impassibile, sembrava morto.

Provarono a spostare il sasso per vedere le sue fattezze per intero e nel frattempo si iniziava già a diffondere la notizia nel paese dei sette colli. Il primo disse che era un ragazzo, omosessuale di sicuro, con un'espressione post-orgasmica, e l'ultimo addirittura che era un essere con la testa umana e il corpo a forma di grosso topo delle fogne, e che la sua espressione ricordava alla mente la parola "depravazione".

Quando ebbero portato il ragazzo, omosessuale di sicuro, nel paese dai sette colli, una grossa folla mormorante si accalcò intorno al carro per dare cibo alla loro curiosità. A capo c'era il crociato, che elogiava le gesta di quegli uomini indomiti che avevano finalmente scoperto l'arcano e che avevano finalmente trovato l'origine degli omosessuali che escono dal nulla. Ma che non escono dal nulla, ma spuntano da sotto i sassi. Grande gratitudine si mostrò all'ometto vestito di bianco quando si affacciò dalla balconata per la sua geniale intuizione. «Santo! Santo!», urlava la folla. Nei giorni successivi si creò una grande mobilitazione per cercare di rianimare questo ragazzo e poterlo analizzare e quindi capire. Dopo diversi tentativi, si arresero alla natura: il ragazzo era andato con gli angeli.

Da quel giorno ogni contadino o costruttore iniziò una campagna di dissodamento dei terreni in modo da non permettere a nessun omosessuale di nascere da sotto i sassi del proprio terreno vivendo così felici e indaffarati.

Nel frattempo in un paese molto lontano, chiamato penisola Libérica governata da un certo "zappatore" (nessuno mai spiegò se di nome o di fatto) uscivano dai giornali notizie sul paese dei sette colli.

Parlavano di come alcune persone erano rimaste uccise da frane dei terreni, rimanendo così schiacciate dai massi e di come il governo non faceva niente per arginare questo problema.

Nella rubrica di turismo della penisola dello stivale, nello speciale "Paese dei sette colli", si elencavano le zone più in e più fuori mano dove fare nuovi incontri e feste gay all'aperto.

Suona il requiem medioevale.

Manuela



Pubblicità della Ford in America

«Le coppie dello stesso sesso che desiderano sopsarsi non cercano semplicemente di ottenere maggiori diritti, vogliono anche assumersi responsabilità [...] Garantire un riconoscimento legale a queste relazioni può solo rafforzare le famiglie di New York, estendendo la possibilità di partecipare a questa fondamentale istituzione sociale a tutte le persone».

**Eliot Spitzer, Governatore dello Stato di New York**

«Io so che la conferenza nazionale di Firenze avrà un problema negli inviti perché io non ho invitato le associazioni degli omosessuali e lo dico con molta tranquillità. Faccio questa scelta come segno di chiarezza. Le persone destinatarie dei Dico non sono legittimate a partecipare. Io questa sfida la prendo, ma dico agli organizzatori del Family day: non fate confusione andando a manifestare in nome della famiglia contro qualcosa che con la famiglia non ha niente a che vedere».

**Rosy Bindi, Ministro per la Famiglia (ma firmataria del Disegno di Legge sui DICO)**

«Della partecipazione o meno dei gay non frega niente a me, ma penso che non gliene fregghi nulla nemmeno a nessuno del popolo italiano».

**Roberto Calderoli, Coordinatore Lega Nord**

## La primavera di Vivaldi

Da ieri la primavera è la mia ossessione. Quella di Vivaldi ovviamente.

Il 9 giugno ci sarà il Pride nazionale a Roma, e noi, come unica associazione d'Abruzzo, ci prendiamo l'impegno di organizzare il viaggio con dei pullman. Così mi armo di forza e coraggio, faccio una lista delle autolinee e inizio a chiamare.

Napoleone (Ortona):

-vorrei una quotazione- spiego gli estremi del viaggio. Poi, una domanda inaspettata.

-perché andate a Roma?-

- c'è una manifestazione-

-che manifestazione?-

-il Pride-

-Ah. E che cos'è?-

-influisce?-

-beh sì. Ci sono alcune zone dove per passare bisogna avere un permesso del comune, costoso per inteso...-

- bene. Mi faccia il prezzo pieno con tutti gli accessori...-

-le faccio il prezzo-

La primavera.

Ancora sconvolta per la domanda passo al successivo.

Ciarrocchi:

Molto gentili. Poi di nuovo la domanda:

-che manifestazione è?- neanche il tempo di dire gay pride e di nuovo primavera.

Inizio a credere che la mia voce faccia qualche sorta di stridulo strano.

Infine il tripudio che mi ha spinto a scrivere questo pezzo.

Satam:

Quasi 10minuti di primavera. Nel frattempo immagino questo che se la ride con gli altri impiegati e con le solite battute. Poi di nuovo. -guardiii, al momento non abbiamo il pullman disponibile, ma se vuole le dico il prezzo nel caso si liberi un pullman- immagino lui dall'altra parte della cornetta che scuote la testa per dire no e fa il gesto dell'ombrello. Il prezzo è ovviamente il più alto di tutte le autolinee che ho contattato. Un po' di rabbia e vergogna. Sì, vergogna. Perché dei professionisti provino solo imbarazzo a parlare con una ragazza che gli chiede un pullman per un gruppo di froci. E che sarà mai!

Infastidito dalla possibilità che lui abbia fatto battute ovvie. Alcune solo stupide ed offensive. Lo immagino mentre diceva che al ritorno avrebbe chiamato la Lucente per pulire e disinfettare il pullman.

Arriva la sera e canticchio ancora la primavera. E mi rendo conto del paradosso che c'è in quel gesto. In effetti per tutto il giorno questa stupenda opera di Vivaldi, è diventata la forma di discriminazione diretti più strana e inconsueta che fino ad ora ho vissuto. Povero Vivaldi e poveri noi. Lui si è messo a pancia sotto nella bara, mentre canticchio la mia discriminazione.

Manuela



MAGGIO 2007