

Lady Gaga, Fame e la dignità

Il Giurì di Autodisciplina si è di recente pronunciato sulla campagna stampa diffusa da Coty per la nuova fragranza “Fame”. Protagonista è Lady Gaga, del cui primo album il profumo porta il nome.

La cantante è raffigurata sdraiata nuda in posa classica, appoggiata su un fianco, mentre con la mano sinistra regge la boccetta di “Fame”. Sul suo corpo si arrampicano dei piccolissimi uomini, nella maggior parte ritratti di spalle, che coprono anche il seno e le parti intime.

Secondo il Comitato di Controllo, tale raffigurazione sarebbe stata lesiva della dignità femminile, svilendo la donna come persona, mercificandola, utilizzandola come oggetto, riducendola ad un “bene da consumare”. Su questi presupposti era stata emessa ingiunzione di desistenza, alla quale, tuttavia, la società inserzionista ha presentato opposizione.

Coty ha contestato recisamente la chiave di lettura del messaggio fornita dal Comitato di Controllo, evidenziando come l’annuncio fosse tutt’altro che volgare e mancasse totalmente la rappresentazione della donna quale oggetto del desiderio nonché la commistione di piani tra la medesima ed il prodotto pubblicizzato. Per quanto riguardava l’atteggiamento della protagonista del messaggio e l’intero contesto, la società inserzionista si richiamava, da un lato, alla pittura classica (ed in primis alla *Maya Desnuda* di Francisco Goya), dall’altro al mito letterario di Gulliver e alla scalata al successo ed alla fama da parte dei moderni lillipuziani rappresentati sul corpo della cantante. Il claim “Lady Gaga Fame” richiamava proprio la moderna metafora della scalata alla fama della popstar ad opera dei suoi ammiratori.

La protagonista dell’annuncio, secondo la società inserzionista, non fa certo pensare allo stereotipo di donna oggetto del desiderio e ridotta a preda sessuale, ma rimanda, caso mai, alla stravaganza del personaggio, alla sua capacità di stupire, anche con comportamenti al di sopra delle righe e provocatori. Per altro, il prodotto pubblicizzato è una fragranza di innovativa concezione tecnica, diretta ad un pubblico femminile tra 18 e 40 anni.

Il Giurì ha ritenuto che, pur ponendosi l’annuncio esaminato al limite della liceità ai sensi dell’art. 10 del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, tuttavia non abbia valicato tale limite. Ha riconosciuto l’eleganza e la raffinatezza formale dell’immagine fotografica, nonché la legittimità di un richiamo alla stravaganza, che costituisce connotato tipico dell’artista ritratta.

La scalata degli omini non è violenta ed è condivisibile il richiamo tanto al mito di Gulliver, quanto all’allegoria, che vede la nota cantante olimpicamente distaccata rispetto ai suoi ammiratori che cercano di scalarne il successo e la fama, senza per altro raggiungerli.

Secondo il Giurì, la protagonista è certamente riconoscibile, sia perché vi è il richiamo al suo nome nel claim “Lady Gaga Fame”, sia perché la mascherina indossata è uno dei travestimenti di scena utilizzati dalla popstar e quindi non travisa il personaggio, ma anzi si richiama ad esso. Così si escludono gli elementi di anonimato e spersonalizzazione della persona umana, che sono componenti tipici della lesione della dignità.

Il Giurì ha quindi concluso escludendo la violazione del Codice e assolvendo il messaggio.

Fiammetta Malagoli