

ARRIVANO GLI SPOT DEI VIBRATORI

Sex toys in tv e negli Usa finanziano gli aborti

VITA E BIOETICA

27_08_2017

**Marco
Guerra**



“Vogliamo un mondo in cui le donne non sono oggetti sessuali, ma possono averli tutti”. Il primo spot sui sex toy mandato in onda sulle tv nazionali italiane adotta un registro politicamente corretto. Dildi, falli di gomma ed altri oggetti per la stimolazione delle parti intime da usare da sole o in coppia vengono presentati come una nuova tappa del percorso di emancipazione dell’universo femminile.

La pubblicità, tesa a promuovere la piattaforma e-commerce *MySecretCase* (fondata nel 2014 e dedicato al piacere delle donne), già in onda dal 23 luglio su diversi canali del digitale terrestre, da domenica 20 agosto è entrata nella programmazione nazionale di Mediaset e La 7. Gran parte della stampa generalista ha accompagnato il lancio dello spot, parlando di una “piccola grande rivoluzione”, “un avvenimento importante che rompe i tabù”. Norma Rossetti, founder di *mysecretcase.com*, spiega che voleva creare “uno spazio intimo, in cui le donne si sentissero a proprio agio. In una società in cui il sesso e l’educazione sessuale sono ancora un tabù, *MySecretCase* diventa un’amica con cui condividere la propria intimità”.

Pubblicitari, direttori creativi e registi che vedono un’Italia repressa da liberare sessualmente (ma in quale paese vivono?) non hanno trovato di meglio che immortalare donne di diversa età nell’atto di cercare e prendere in armadi, comodini e borsette i loro sex toy, il tutto accompagnato da espressioni del volto ammiccanti e soddisfatte. Poca fantasia e tanto squallore emerge dalle menti di chi dice di voler elevare la libertà della donna.

Vale inoltre la pena sottolineare che in una società iper-sessualizzata la continua stimolazione del desiderio personale ha portato al paradossale calo dell’attività sessuale. Tutte le statistiche mostrano infatti che sia tra i giovani sia tra le coppie in età più avanzata si consumano molti meno rapporti rispetto a 20 – 30 anni fa. Calo del desiderio e disfunzioni sessuali imperversano in ogni età della vita, proprio a causa del bombardamento della pornografia, sempre accessibile in ogni luogo e momento della giornata.

Insomma l’autoerotismo diventa così la cifra della sessualità dei nostri tempi. L’individualismo che impera anche in camera da letto, fra donne e uomini sempre più soli, senza partner stabili, senza figli e senza famiglia. Una relazione con l’altro sesso è sicuramente più complicata di un sex toy che si ripone nel cassetto vicino al letto a fine serata.

***MySecretCase* ha inoltre fatto sapere che la pubblicità** ha fatto aumentare le visite

online del 300%. Altri dati sono stati forniti dall'azienda sul mercato dei sex toys. Nel 2017 il 40% di quelli acquistati sono dedicati alle donne, il 25% agli uomini e il 35% alla coppia. I dati raccolti dalla piattaforma indicano Milano come la città più dinamica in termine di vendite (20%) seguita da Roma(15%) e Torino (5%) ma nel 2017 è il Sud a crescere a una velocità doppia (+40%) rispetto a Nord (+20%) e Centro (+15%). Sono le donne tra i 20-30 anni quelle che acquistano di più, registrando una crescita del +300% rispetto al 2016, seguite dalla fascia 30-40 (+200%) e 40-50 (+200%).

Intanto dagli Stati Uniti arriva una notizia ben più preoccupante. Il Washington Post informa che la *Planned Parenthood*, il colosso delle cliniche dell'aborto finito anche al centro di inchieste giudiziarie sul traffico di feti e tessuti umani, ha attivato una nuova linea di finanziamento grazie alla vendita di sex toy. Questo si è reso necessario proprio per compensare il taglio dei fondi ricevuti dallo stato federale deciso dall'amministrazione Trump.

La decisione del nuovo inquilino della Casa Bianca ha portato ad un maggiore sforzo dei donatori della organizzazione per la pianificazione familiare. Tra i benefattori del gigante dell'aborto vi è *Vibrant*, un'azienda di giocattoli per adulti con sede a Denver, fondata con la "missione unica" di sostenere la pianificazione della genitorialità delle Montagne Rocciose. Gli articoli in vendita includono vibratori, dildi e anelli con un prezzo da 20 a 220 dollari. Il cento per cento dei suoi proventi va al capitolo locale della Parenthood. Dunque, anche trastullarsi è divenuto un business fiorente da promuovere nell'Occidente votato alla sterilità.