



Inclusività estrema

Unilever: niente più shampoo per capelli normali



Una ideologia sottile come un capello. La Unilever, azienda proprietaria di 400 marchi, toglierà la dicitura «normale» dai suoi shampoo. Per questo colosso della bellezza i capelli potranno essere ricci, lisci, grassi o secchi, etc. ma non normali. Il motivo? In una nota la Unilever fa sapere: «La decisione è uno dei tanti passi che stiamo compiendo per sfidare i ristretti ideali di bellezza, mentre lavoriamo per aiutare a porre fine alla discriminazione e per sostenere una visione più inclusiva di bellezza».

In una ricerca commissionata dall'azienda su 10mila persone è emerso che per 7 persone su 10 la parola «normale» sulle confezioni abbia un impatto negativo. 8 su 10 negli intervistati più giovani (18-35 anni).

«Con un miliardo di persone che usano i nostri prodotti di bellezza e per l'igiene personale ogni giorno, e ancora di più vedono la nostra pubblicità, i nostri marchi hanno il potere di fare davvero la differenza nella vita delle persone. Ecco perché ci

impegniamo ad affrontare regole e stereotipi dannosi, e ad elaborare una definizione di bellezza più ampia e molto più inclusiva» ha dichiarato Sunny Jain, presidente del settore Beauty & Personal Care dell'azienda. «Sappiamo che rimuovere la parola "normale" dai prodotti non risolverà il problema da solo, ma si tratta di un importante passo avanti».

La parola «normale» ha iniziato ad essere ostracizzata sin dal '68: essere diversi significava essere se stessi. Ha poi avuto una accelerazione con il pensiero LGBT: affermare che esiste un orientamento normale e uno sbagliato oppure che una persona transessuale non è normale è pura eresia.

Quindi il canone di normalità che rimanda al concetto di «natura» deve essere bandito. Tutti inclusi fuorchè i normali, che sono la maggioranza, ossia la norma. Alla faccia della non discriminazione.