LA NUOVA BUSSOLA QUOTIDIANA
Direttore Riccardo Cascioli
FATTI PER LA VERITÀ

Spot

Anche la Pampers cavalca l'onda del gaiamente corretto

GENDER WATCH 10_01_2019

La nota azienda di pannolini ha lanciato uno spot che ha per testimonial il tuffatore Tom Daley e lo sceneggiatore Dustin Lance Black, convolati a «nozze» nel 2017 e che oggi, dopo aver fatto ricorso all'utero in affitto, vengono spacciati entrambi per «papà». È l'ennesimo stratagemma per

normalizzare l'omosessualità.

Noi eravamo
una culla, in cu
cambiare. Ma
cambiare i pa
per avere il ne
marchio Pamp
tuffatore brita

Daley nel 20
l'anno dopo è
erano le cicog
liquido semin
appartiene lo
programmazi
questa vicend

Dato che pu
https://www.youtube.com/watch?v=fQOBC_1vBEo&feature=youtu.be) in cui la coppia gay diventa testimonial dei pannolini. Perché se è banale che una mamma cambi i pannolini, se è meno banale che lo faccia un papà, pensate a quanto originale sia il fatto che i glutei del bebè ricevano le attenzioni di ben due "papà".

"Lavoro per i diritti civili e cerco di cambiare le cose e di parlare di uguaglianza", ha dichiarato Dustin Lance Black. "Pampers è un marchio che è sempre stato vicino alle famiglie e ora ha fatto un passo importante, aprendo questa nuova finestra sulla nostra di famiglia, che ha poi le stesse preoccupazioni e gli stessi problemi quotidiani di qualsiasi altra, anche se molti ancora pensano che siamo diversi. Vogliamo lasciare il mondo in modo migliore rispetto a quando lo abbiamo trovato e anche questi pannolini fanno parte del miglioramento. Per me, che non avevo mai cambiato un pannolino in tutta la mia vita, quella linea blu (che cambia colore quando il pannolino è bagnato) mi ha salvato!".

Che l'orina di un infante possa essere àncora di salvezza per una persona omosessuale rimane per noi un mistero, **ma non è questo il punto**. Il punto è ben descritto dalla balia in erba Dustin: chi cambia i pannolini? I genitori. Se a farlo sono due

uomini allora vuol dire che anch'essi sono genitori, significa che famiglia si può declinare anche in chiave omosessuale. Si tratta dunque dell'ennesimo stratagemma per normalizzare l'omosessualità che, ad essere sinceri, non serve più perché ben digerita da tempo dalla massa. Infatti sono di certo più numerosi i celiaci che gli intolleranti all'omofilia. Ovviamente per la Pampers l'aspetto ideologico è irrilevante. Lo spot con la coppia omosex è solo una trovata pubblicitaria, nemmeno troppo originale, per vendere di più, cavalcando in tutta comodità l'onda del gaiamente corretto. Pampers quindi non l'ha fatta fuori dal vasino, ma ha centrato perfettamente il bersaglio.

Va da sé che chi si rallegra che le minzioni e le deiezioni degli infanti possano ora essere nettate finalmente anche da una coppia gay maschile, implicitamente plaude alla pratica dell'utero in affitto. Perché non si ha omogenitorialità maschile senza adozioni o maternità surrogata, dato che, almeno ad oggi, i rapporti anali non fanno nascere bebè e perciò di quell'essere pettoruto chiamato donna anche i gay hanno sempre bisogno.

https://lanuovabq.it/it/anche-la-pampers-cavalca-londa-del-gaiamente-corretto