

A la xarxa | L.G. | Actualitzat el 05/08/2021 a les 21:40

Snickers retira l'anunci homòfob davant l'allau de crítiques

L'influencer Aless Gibaja protagonitza una campanya publicitària acusada de ridiculitzar "les persones que tenen ploma"

Indignació a les xarxes socials per un anunci de la marca de barretes de xocolata **Snickers**. En la publicitat apareix l'**influencer Aless Gibaja** demanant un **sexy** suc de taronja en una guingueta de la platja. El cambrer, sorprès pel to i per les demandes de Gibaja, li ofereix una **barra de xocolata** de la popular marca de Mars.

I aquest és el moment pel qual acusen l'anunci de **fomentar l'homofòbia i la plumofòbia**. Quan Gibaja es menja la barra de Snickers, apareix un home amb una aparença suposadament **més masculina i heteronormativa**. "Millor?", pregunta el cambrer. "Millor", respon l'actor que teòricament substitueix Gibaja. El lema del final de l'anunci és prou clar: **"No ets tu quan tens gana"**.

Parece ser que comiendo @snickers_es (https://twitter.com/snickers_es?ref_src=twsrc%5Etfw) se te quita la pluma y ya ¿estás mejor?. ¿Pero cómo sigue habiendo campañas así? ? #Homofobia (https://twitter.com/hashtag/Homofobia?src=hash&ref_src=twsrc%5Etfw) pic.twitter.com/ccdtn7BfAw (<https://t.co/ccdtn7BfAw>)

? Mario Montes (@mariomnts) August 4, 2021

(https://twitter.com/mariomnts/status/1423022490025086983?ref_src=twsrc%5Etfw)

Les reaccions a les xarxes socials han estat immediates. Els usuaris defineixen l'anunci de **"teràpia de conversió"** i entenen que el que se suggereix és que la millor forma de ser un home és la que es presenta quan Gibaja pateix la "transformació". **"Sembla que quan et menges un Snickers se't treu la ploma i ja estàs millor"**, critica un usuari a Twitter.

Finalment, **Snickers ha decidit retirar l'anunci homòfob** davant l'allau de crítiques que ha generat el vídeo. En un comunicat oficial (<https://www.instagram.com/p/CSMsetqITZ4/>) a Instagram, l'empresa ha lamentat "el malentès" i s'ha excusat dient que la campanya "buscava transmetre de manera simpàtica que la gana pot fer canviar el caràcter de les persones". "Amb el fi d'evitar propagar un missatge que es pot malinterpretar, procedim immediatament a eliminar la campanya", ha sentenciat l'escrit.