



Donne e pubblicità: esempi e coordinate per capire il caso italiano

Annamaria Testa

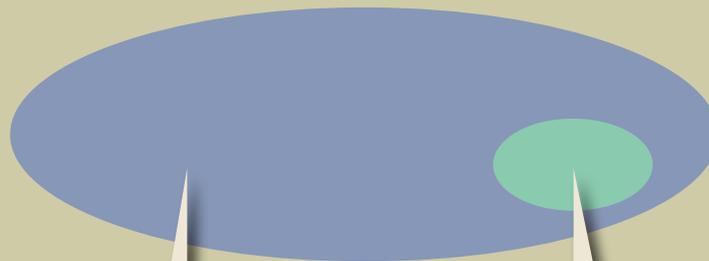
Consumers' Forum - Roma, 4 aprile 2011

Questo è un percorso costruito, per semplicità,
con esempi tratti dalla **pubblicità su stampa
e in affissione** di questi ultimi anni.
Ma vale, eccome, **anche per la tv.**

Una **premessa** necessaria



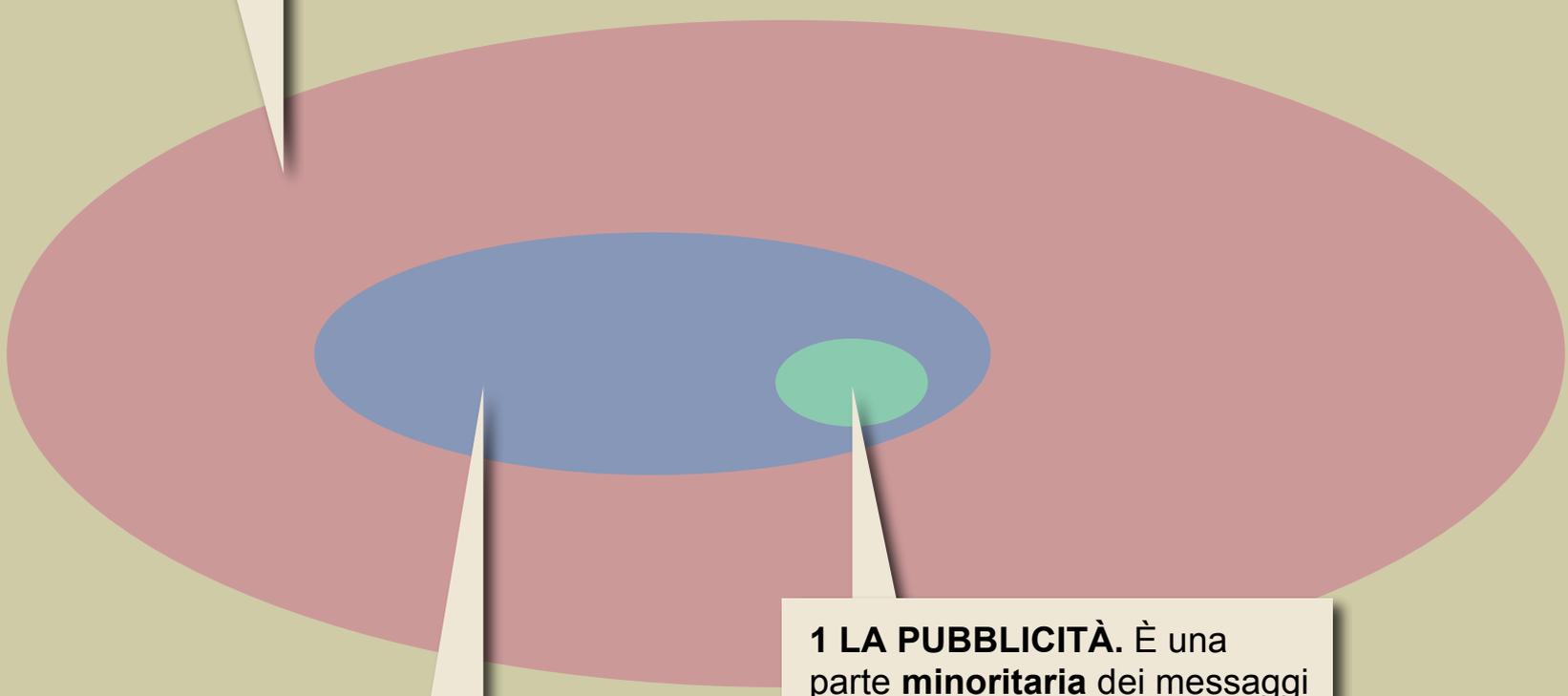
1 LA PUBBLICITÀ. È una parte **minoritaria** dei messaggi veicolati dai media. Ma, per sua natura, è **visibile, esplicita, memorabile**. Lo è anche quando **rappresenta discutibilmente le donne**.



2 L'INTERO SISTEMA MEDIATICO NAZIONALE. Tra veline e fotoritocco, offre rappresentazioni femminili spesso **omologate su stereotipi.**

1 LA PUBBLICITÀ. È una parte **minoritaria** dei messaggi veicolati dai media. Ma, per sua natura, è **visibile, esplicita, memorabile.** Lo è anche quando **rappresenta discutibilmente le donne.**

3 IL CONTESTO SOCIALE. Scarsa parità di genere: Italia al 77° posto su 134 paesi nel Gender Gap Index* 2010 (al 72° nel 2009). La disparità *non* riguarda sanità ed educazione, ma **potere economico e rappresentanza politica**



2 L'INTERO SISTEMA MEDIATICO NAZIONALE. Tra veline e photoshop, offre rappresentazioni femminili spesso **omologate su stereotipi**

1 LA PUBBLICITÀ. È una parte **minoritaria** dei messaggi veicolati dai media. Ma, per sua natura, è **visibile, esplicita, memorabile**. Lo è anche quando **rappresenta discutibilmente le donne**

Se le donne avessero maggior peso **politico e sociale**, i media le mostrerebbero in modo diverso.
Se le donne avessero maggior ruolo nelle **imprese**, più facilmente si produrrebbe pubblicità diversa :(((

Se le donne avessero maggior peso **politico e sociale**, i media le mostrerebbero in modo diverso. **Se** le donne avessero maggior ruolo nelle **imprese**, più facilmente si produrrebbe pubblicità diversa :(((

E questa presentazione potrebbe **finire qui**



La pubblicità è comunicazione **persuasiva**



... e ha lo scopo di promuovere
consumi e/o **comportamenti**

- **...non crea** modelli e valori
- si aggancia a simboli, modelli e valori già esistenti, **interpretandoli, amplificandoli**
- ...e inserendoli dentro **storie che raccontano prodotti** con parole e immagini

Per esempio: prendete un gelato e **agganciatelo** a...



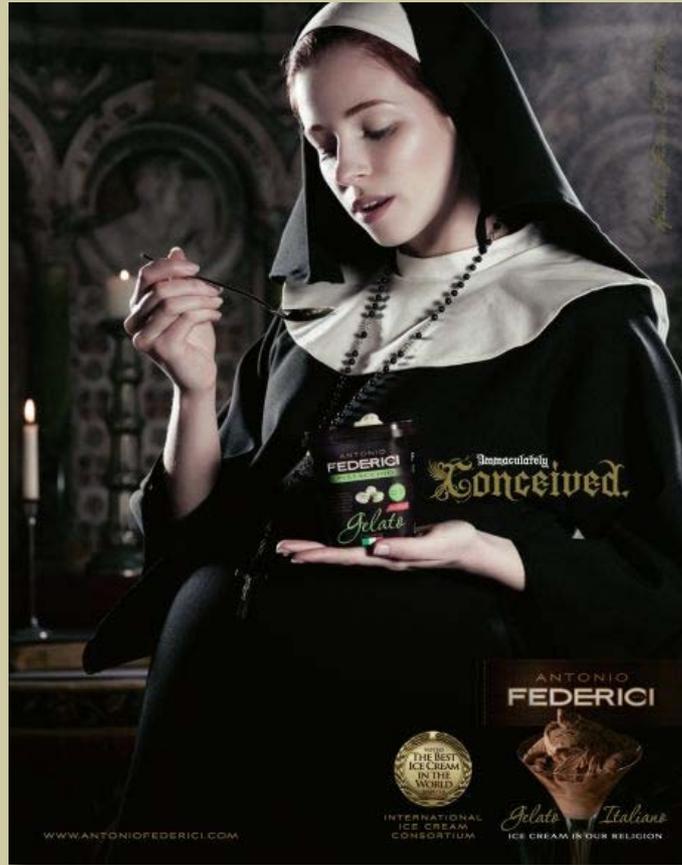
...ricchezza



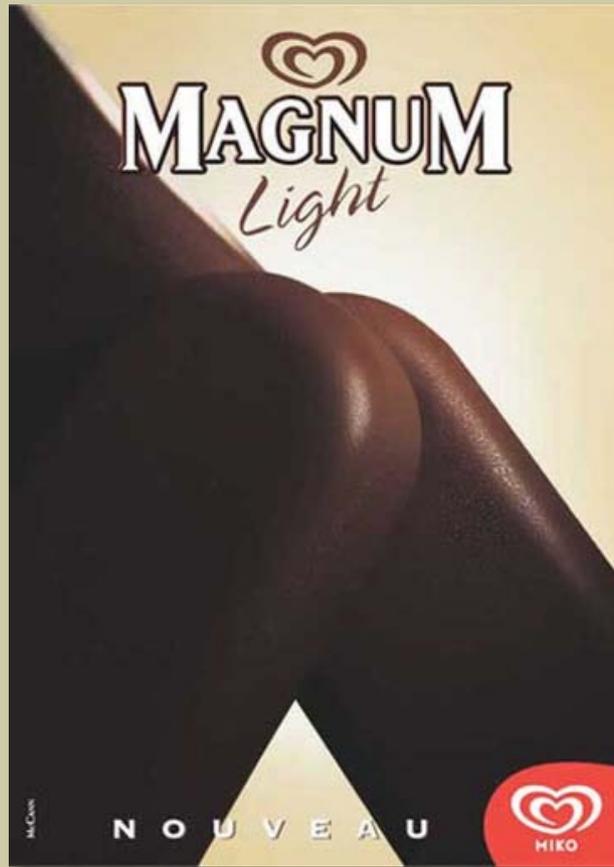
...natura



...successo



...purezza e peccato



...fitness



LIKE
SEX
ONLY
BETTER

...sesso

Ma... nel momento in cui un prodotto, per rendersi desiderabile, “si aggancia” a simboli e valori già acquisiti, li **consolida** nell’immaginario collettivo.

Ma... nel momento in cui un prodotto, per rendersi desiderabile, “si aggancia” a simboli e valori già acquisiti, li **consolida** nell’immaginario collettivo

- dunque la pubblicità è un **effetto** del clima sociale.
- ma è **anche** una **concausa** perché, ogni volta che rappresenta un comportamento, un simbolo, un valore, lo **rinforza**



Pubblicità commerciale



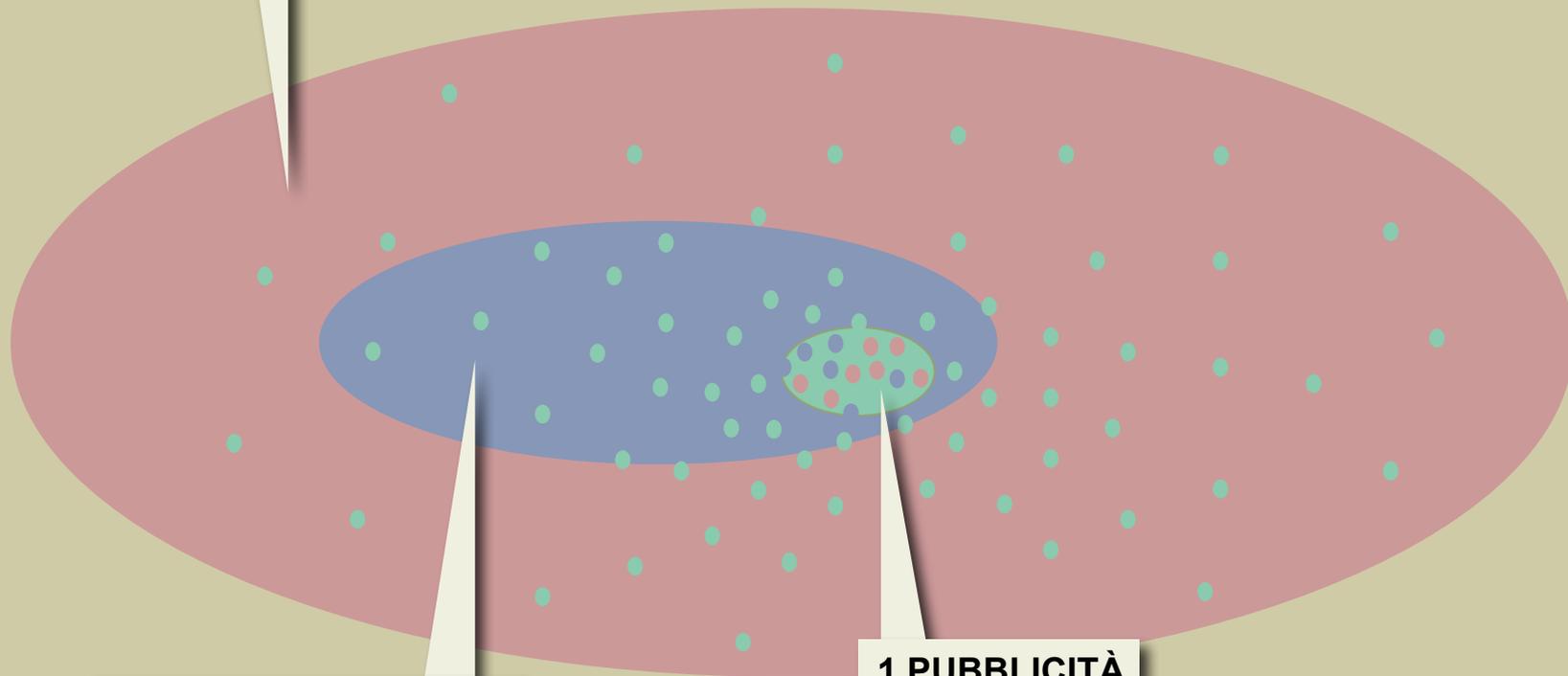
Pubblicità sociale



Pubblicità commerciale

**Comportamento di consumo
+ comportamento sociale**

3 MACROCONTESTO



2 SISTEMA MEDIATICO

1 PUBBLICITÀ

... c'è un incrociarsi di **influenze reciproche**

**Donne e pubblicità: corpo,
immaginario, limiti, aree grigie**



L'uso del **nudo femminile** non è solo italiano...

SO THE HARDER A WIFE WORKS, THE CUTER SHE LOOKS!

GOSH, HONEY, YOU SEEM TO THRIVE ON COOKING, CLEANING AND DUSTING - AND I'M ALL TUCKERED OUT BY CLOSING TIME. WHAT'S THE ANSWER?

VITAMINS, DARLING! I ALWAYS GET MY VITAMINS

Kellogg's
PEP
PERKED-UP CORN FLAKES
25% MORE FLAKES

Vitamins for pep! PEP for vitamins

show her
it's a man's world

Van Heusen
man's world

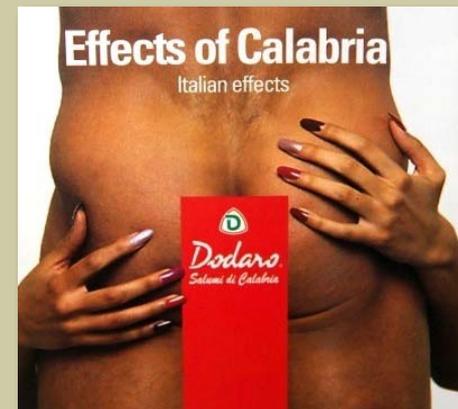
ties For men only!... brand new man-talking, power-packed patterns that

boaredpanda.com

L'uso di **stereotipi di genere** non è un fatto recente...



Radio privata



Salumi calabresi

... e sì, ci sono casi **marginali ed estremi**.
Non è questo il punto: il Giurì già li censura
efficacemente, impedendone la diffusione



È però discutibile l'uso del corpo femminile per **vendere... qualsiasi cosa**. Da un corso universitario al cibo per animali

Passione. Con la forza di tre.

Mobile Video Company

Chiavetta Internet
Limited Edition

ESTIM

"A parole siete tutti bravi!"

Nuovo Nokia 3510.
Può ricevere musica, foto e cartoline con i nuovi SMS.

TIM

TIM
Vivere senza confini

TIM

CARTA VACANZE SMS
Più di 1.000 SMS per te

Acquista

1.000 SMS verso TIM
e 100 SMS verso gli altri a 6€.

Non aspettare, l'offerta è attivabile fino al 31/08 e valida per 30 giorni.

Non fartiela scappare.

Sento che è un'estate da premio.

Non aspettarti il grande...
...che ti fa sentire un'estate da premio.
...che ti fa sentire un'estate da premio.
...che ti fa sentire un'estate da premio.

How are you?
TIM

maxiDAY Vacanze

500 minuti più 500 messaggi ogni giorno per un mese verso tutti i TIM.

Maxi DAY Vacanze Vitamine Tribù Naviga con TIM

Abbonamenti Power.
Chi può farti parlare di più?

1600 min. 49€/mese

800 min. 29€/mese

3000 min. 99€/mese

Chiamate verso tutti. È in più, fino a 600 SMS e 20 GB di Internet.

3
Trifli

INTERNET MOBILE

TUTTE LE SOLUZIONI PER NAVIGARE IN PACE SU TELEFONO.

TIM

TIM tutti compreso

Zero3

L'unico abbonamento con:
Canone a 0€
Chiamate a 0€
Videofonino a 0€

3

ENTRA NEL MONDO TIM: REGALA TIM CHIAVETTA o INTERNET PACK a NAVIGARE CON LA SEMPLICE BELLA BETA TIM.

Alice

TIMxTUTTI ITALY

Chiami gratis i numeri TIM e quelli di rete fissa.

Attivazione GRATIS per i Nuovi Clienti

TIMxTUTTI
TIMxTUTTI ITALY

Internet Pack

TIM 10
TIM 10

Quattro compagnie telefoniche concorrenti.
Quattordici offerte diverse, in anni diversi.
Una sola idea fissa.

Quattro compagnie telefoniche concorrenti.
Quattordici offerte diverse, in anni diversi.
Una sola idea fissa.

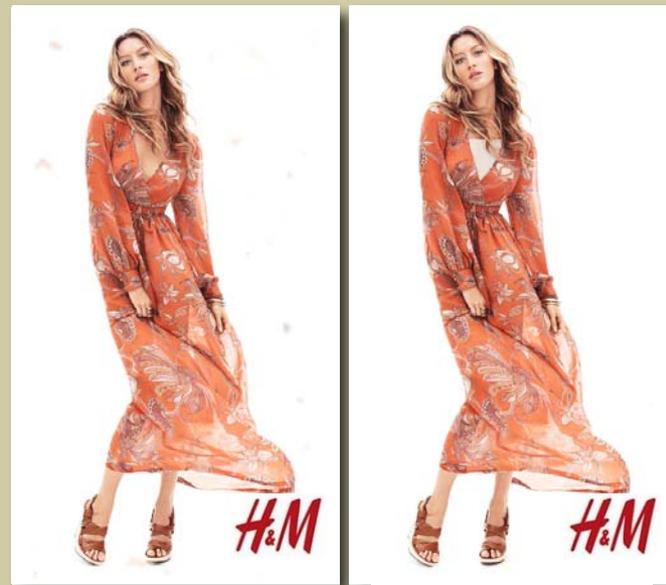
Che (grazie!) oggi è già **cambiata**

UNLIMITED OFFERS. YOU WON'T PUT YOUR MOBILE DOWN.



Société Française de Radiotéléphonie

La pubblicità è **seduttiva** quando è **intelligente, divertente, esatta, sorprendente.** Insomma, **creativa**



2011 - I paesi del Gulf Cooperation Council rivestono Gisele su Vogue Italia

Intendiamoci: il punto non è **censurare...**

“...si poteva dire aquila, piccione, canarino, eccetera, ma non *uccello* (*passero*, rigorosamente al maschile). Un giorno bocciarono un comunicato radio, per un succo di frutta, perché non ci permettevano di dire *il buon sapore della natura*. Nel caso di un lassativo, ci vietarono di usare la parola *intestino*, e ci costrinsero a dire *regola* ”
l'organismo...

La sindrome di Carosello - Giancarlo Livraghi

...o tornare a essere **bacchettoni**

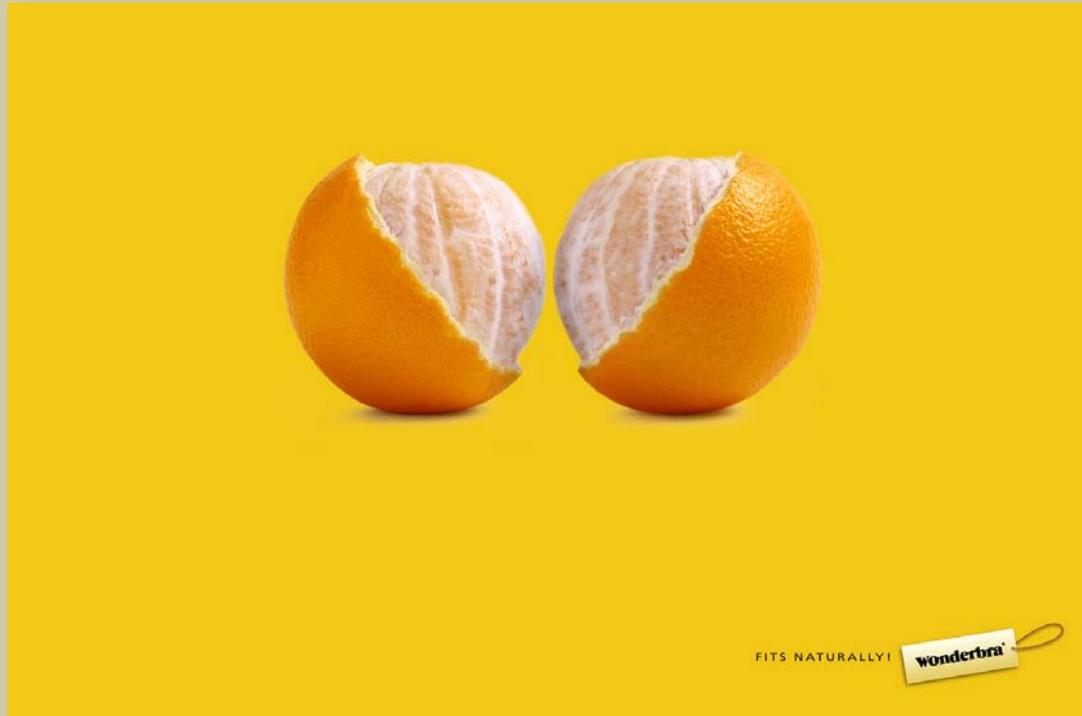


Gelato Orlando, 1988

il sesso non è tabù, se c'è un po' di humour



...un po' di leggerezza. E se il messaggio
c'entra col prodotto



... ma mostrare il **corpo nudo** non è un obbligo. Neanche per vendere, in modo **pertinente**, biancheria intima

C'è però qualcosa di forse più preoccupante del corpo nudo. Ed è il **corpo omologato**.



"What's the secret of my success?
It's Adobe Photoshop Day Cream"

Madonna

Adobe Photoshop Day Cream.
Reduces miraculously wrinkles and
all skin imperfections. To always
look young and glamorous.

...tra chirurgia estetica e ritocco fotografico

**Guardate il paradosso (non solo italiano)
delle **creme anti età...****

OLAZ

"Per la mia pelle ho scelto
7 trattamenti anti-età.
Ho scelto
Olaz total effects"



total effects

DEBORAH
ALTERNATIVE

ACE

48%
rughe

NUOVO
FONDOTRACCA ANTI-AGING
CON DERMATOCOLLETTI
E ACIDO IALURONICO
E CON VITAMINA C
E VITAMINA E
E CON ECCELLENTE
ECONOMIA D'USO

ITALIAN PASSION IN BEAUTY



Lepo

RIGENERA LA TUA PELLE
CON LE CELLULE
STAMINALI VEGETALI
DELLA MELA
E L'ACIDO IALURONICO

CELLULE
STAMINALI
VEGETALI
DELLA MELA

TRATTAMENTI ANTI-ETÀ



ESTÉE LAUDER

Nuova. Revelation

ESTÉE LAUDER
Revelation
Age-Defying Peptide Creme
Soin Trés Hydratant et Cicat



BENEFANCE
WrinkleResist24

SHISEIDO

E se la tua pelle non dimostrasse la sua età?



Informazioni su WrinkleResist 24
Prodotti
Consigli di Bellezza

Il massimo per la tua pelle.
Rinnovata. Rinata. Re-Nutriv.

Nuova. Ultimate Lift
Age-Correcting Creme

Con Tecnologia
Like Re-Newing Molecules™

ESTÉE LAUDER
Re-Nutriv

Re-Nutriv Three for You.
Tre privilegi in regalo per te.

Ingle del grande bel tempo. Azzurro in ogni "blue" for "you",
una fantastica opportunità di provare subito il prodotto
fondamentale per rinnovare il tuo viso in un gelito.

Fino a fine Marzo, esclusivamente nelle Profumerie Concessionarie.

* Con l'acquisto di un prodotto Re-Nutriv. Opzione valida fino al 31.03.2015.



VICHY
LIFTACTIV



NUOVO

LIFTACTIV CxP TOTAL
TRATTAMENTO GLOBALE ANTI-ETÀ

Luminosità spettacolare

Efficace sui principali segni dell'invecchiamento:
rughe, perdita di tonicità e di luminosità.

VITAMINA C
A RILASCIO CELLULARE IMPATTO*

LA SALUTE È BELLA

VICHY
LABORATOIRES



L'ORÉAL
PARIS

L'interente quotidiano
per un viso più giovane.

• Collorella Forte,
rigenera le zone trattate.

**RIMODEL
COLLAGÈNE**
Creme idratante anti-rughe

"Per me, più collagene, più giovinezza!"
Lara Biondini, 40 anni

PRODOTTO CON SPORTELLI
L'ORÉAL
PARIS



BEYOND
professional





wizened?
 wonderful?

Will society ever accept old can be beautiful? Join the beauty debate.

campaignforrealbeauty.com | Dove



grey?
 gorgeous?

Why can't more women feel glad to be grey? Join the beauty debate.

campaignforrealbeauty.co.uk | Dove



Call your vote at campaignforrealbeauty.com | Dove

oversized?
 outstanding?

Does true beauty only squeeze into a size 6?

ad-rag.com (posted with permission from Unilever)

Eppure ci sono altri modi per mostrare la varietà di **corpi veri**... perché non provarci?

L'ultimo punto, il più sfuggente, riguarda gli **stereotipi di ruolo**.



Svezia

...e forse la soluzione passa da un cambiamento di **clima**, più che da un **contro-stereotipo**

... o da una **forzatura** poco credibile.
Prendete una spugnetta di quelle per
lavare i piatti...

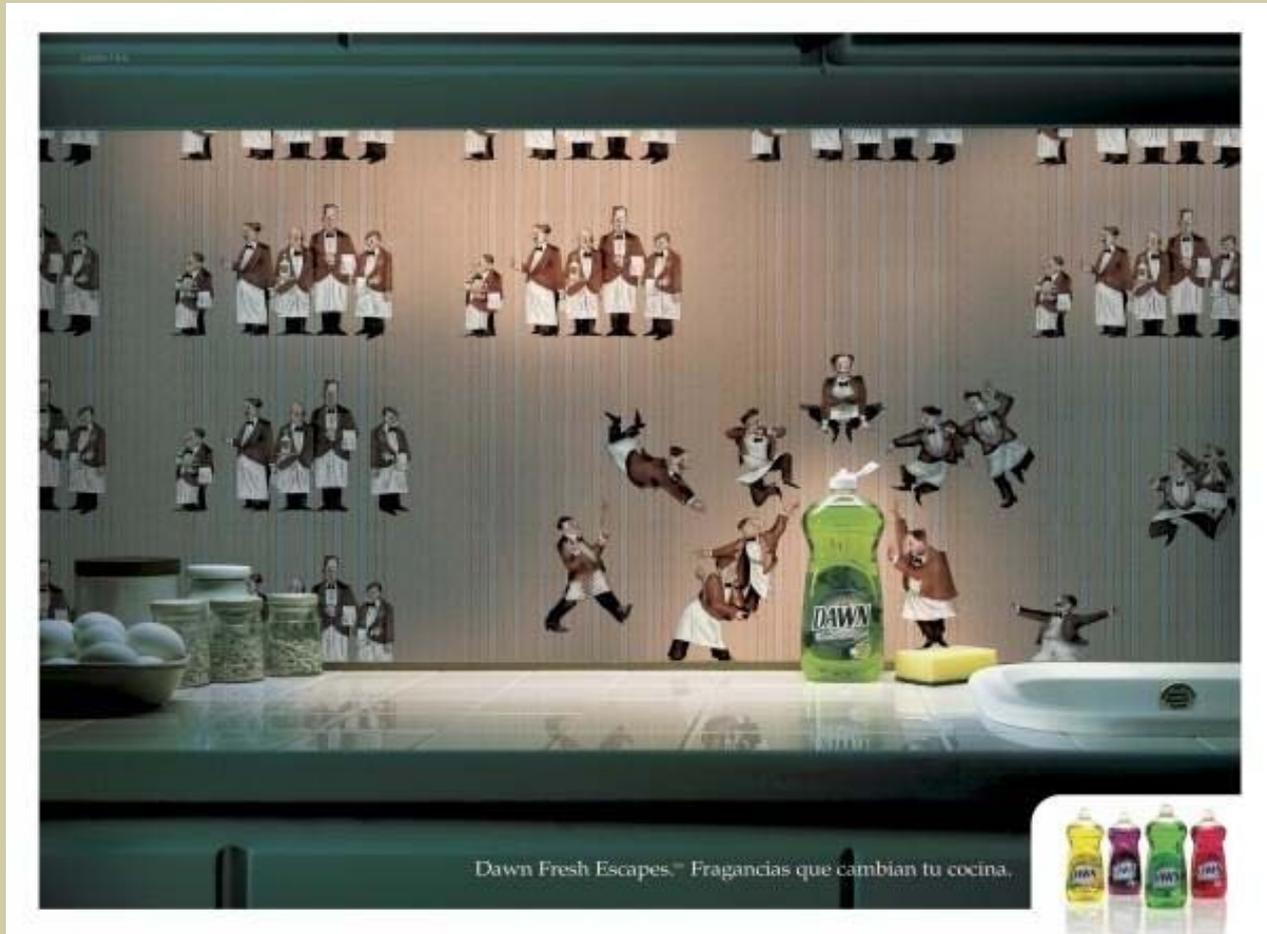


Italia



Malaysia

... forse non c'è bisogno di trasformare le casalinghe in modelle o in guerriere



USA

...e basta un po' di humour

In conclusione: **ironia, leggerezza e pertinenza** aiutano **sempre** a progettare una comunicazione efficace e non sessista.

In conclusione: **ironia, leggerezza e pertinenza** aiutano **sempre** a progettare una comunicazione efficace e non sessista.

Perfino su prodotti oggettivamente **difficili**.
Per esempio...



Prodotto: Viagra



Prodotto: Tampax

C'è molto da **fare** e molto da **inventare**
per diffondere una sensibilità nuova.
Potremmo farlo **insieme**: cittadini,
imprese, media, pubblicità e istituzioni

Grazie

www.annamariatesta.it

www.nuovoutile.it

www.progettinuovi.it