

Stereotipi e discriminazione di genere



Alba
11.3.21

Qualche spunto per attività in classe

stereotipo agg. e s. m. [dal fr. *stéréotype*, comp. di *stéreo-* «stereo-» e *-type* «-tipo»]. – 1. agg. **a.** Di stereotipia, realizzato con il procedimento della stereotipia: *ristampa s. di un volume; lastre s.*, le stereotipie, ossia le controimpronte, delle forme di composizione tipografica. **b.** fig. Impersonale, inespressivo, perché detto o fatto senza partecipazione (meno com. di *stereotipato*): *i soliti discorsi s. da salotto; un sorriso stereotipo*. 2. s. m., fig. **a.**

→ Modello convenzionale di atteggiamento, di discorso e sim.: *ragionare per stereotipi*. In partic., in psicologia, opinione preconstituita, generalizzata e semplicistica, che non si fonda cioè sulla valutazione personale dei singoli casi ma si ripete meccanicamente, su persone o avvenimenti e situazioni (corrisponde al fr. *cliché*): *giudicare, definire per stereotipi; s. individuali*, se proprî di individui, *s. sociali*, se proprî di gruppi sociali. **b.** In linguistica, locuzione o espressione fissatasi in una determinata forma e ripetuta quindi meccanicamente e banalizzata; luogo comune, frase fatta: *parlare per stereotipi, abusare di stereotipi*; in partic., sinon. di *sintagma cristallizzato* (v. *sintagma*). **c.** Espressione, motto, detto proverbiale o singola parola nella quale si riflettono pregiudizî e opinioni negative con riferimento a gruppi sociali, etnici o professionali.

Lo stereotipo dà una visione semplicistica e diversa dalla realtà.

La propaganda di regime costruisce il suo stereotipo di donna fascista.

Nel 1942...



Sana, robusta, feconda



ISRAT Asti

Modello di uomo: padre e marito con il compito di mantenere la famiglia con il suo lavoro.

Anni '60

Donna= subordinata all'uomo

Compiti: occuparsi della casa e della famiglia

If your husband ever finds out
you're not "store-testing" for fresher coffee...

... if he discovers you're still taking chances on getting flat, stale coffee ... *see* be unto you!

For today, there's a sure and certain way to test for freshness before you buy



Here's how easy it is to be sure of fresher coffee



Chase & Sanborn

"PRESSURE PACKED"

Look for the "Done Top" Can of Chase & Sanborn. That top, rounded top shows it's packed under pressure, fresh from the roaster.

Here's the payoff!

Here as you pour a cup, try it again! For Chase & Sanborn is a glorious blend of more expensive coffees ... brought to you fresher. No wonder Chase & Sanborn pays a flavor dividend you won't find in any other coffee!

Just do this:

Press your thumb against the done top before you buy. If it firms, it's fresh. If it top cracks, pressure's gone - like a gusher. It's the one way to get the freshest coffee ever packed.

show her
it's a man's world



Van Heusen

man's world

marchio di caffè Chase & Sanborn

“Se tuo marito scopre che non hai testato il caffè prima di acquistarlo”

ISRAT Asti

Abbigliamento maschile Heusen

“Mostrale che è un mondo da uomini”



Nel 2017...
la pubblicità utilizza
lo stereotipo sulla
donna

Fonte: foto Twitter



Fonte: web



PUBBLICITÀ DONNA STUPIDA



Tutti

Immagini

Video

Notizie

Shopping

Altro

Impostazioni

Strumenti

Circa 803.000 risultati (0,72 secondi)

Immagini relative a PUBBLICITÀ DONNA STUPIDA



Segnala immagini non appropriate

L'importanza di cercare informazioni sui motori di ricerca

istella*

PUBBLICITÀ DONNA STUPIDA



Ricerca

Web

Immagini

Dimensione

Tutto

Piccola

La ricerca non ha prodotto risultati in nessun documento.

Se non hai trovato quello che cercavi:

- assicurati che tutte le parole siano state digitate correttamente.
- prova la ricerca con parole chiave diverse.
- prova la ricerca con parole chiave più generiche.

Oggi c'è ancora lo stereotipo della donna casalinga, fragile, che deve servire, nonostante siano stati fatti molti passi avanti nella società verso la parità di genere. Ma, non è così scontata, anzi.

Questo è un esempio:

<https://www.dailymail.co.uk/video/news/video-1591050/Baby-milk-advert-shows-girls-ballerinas-boys-scientists.html>



Immagine tratta dallo spot di Aptamil.

Un esperimento

Si regalano giocattoli rosa alle bambine e azzurri ai bambini. Ma quella che sembra una questione di colori nasconde un'abitudine sessista, che proietta nei più piccoli delle nette aspettative, dei ruoli sociali definiti, che possono limitare l'apertura mentale e l'immaginazione.

Ci sono regali “da bambini” e regali “da bambine”.

E gli stessi bambini sentono fortemente la differenza di genere tra questi regali, a partire dal colore dominante: l'azzurro o il rosa.

Ma cosa accadrebbe se scambiassimo i colori di questi giochi? Abbiamo fatto un esperimento: dipingere di azzurro dei giochi che prima erano rosa e viceversa.

<https://www.youtube.com/watch?v=uNXv1wJUWtY>

FONTE: Fanpage.it un video di Ugo di Fenza e Luca Iavarone Aiuto regia: Paola Mirisciotti, operatore: Fabrizio Acampora, postproduzione: Raffaello Durso, autore: Dario Volpe



1950

Le pubblicità rappresentano la figura femminile unicamente come casalinga e donna di casa

1960

La maggiore libertà femminile permette alle donne di avere un lavoro e di costruirsi una carriera indipendente. Gli annunci invogliano all'acquisto sempre di un maggior numero di prodotti

1970

Le donne hanno più libertà. Ora però gli annunci sfruttano maggiormente la figura femminile sessualizzata, incitando le donne ad essere più sexy per i propri uomini.

1990

La figura femminile sessualizzata è lo strumento principale per promuovere un prodotto.

2000

Il sex appeal continua ad aumentare, e le donne vengono raffigurate in modo sempre più audace.

<https://www.tourtools.it/publicita-sessista-stereotipi-genere-online-vendere>



La pubblicità sessista ha idee chiare sull'occupazione femminile.

L'abuso degli stereotipi femminili in pubblicità ignora il talento delle donne, consolida le discriminazioni, impedisce all'Italia di trarre pieno vantaggio dall'energia e dall'intelligenza di metà dei suoi cittadini. Se vuoi una pubblicità che rispetta le donne, firma la petizione dell'Art Directors Club Italiano. Su www.adci.it.


ART DIRECTORS CLUB
ITALIANO

Discriminare è reato

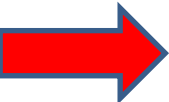
Discriminare è negare un trattamento alla pari a una persona, a gruppi di persone, a categorie, a causa di una pluralità di condizioni legate a peculiari caratteristiche personali: provenienza geografica, cultura, religione, tratti somatici, orientamento sessuale, identità di genere ecc.

Discriminare è qualsiasi azione, atto, comportamento, omissione che miri o che abbia come effetto finale (anche non intenzionale) la negazione di pari trattamento.

discriminazione diretta: è la situazione nella quale una persona è trattata meno favorevolmente di quanto sia stata o sarebbe trattata un'altra persona in una situazione analoga, in base alla differenza etnica, culturale, religiosa, somatica, orientamento sessuale, identità di genere ecc.

discriminazione indiretta: è la situazione nella quale una disposizione, un criterio o una prassi apparentemente neutri possono mettere in una situazione di particolare svantaggio le persone in base alla differenza etnica, culturale, religiosa, somatica, orientamento sessuale, identità di genere ecc.

www.cittametropolitana.bo.it/immigrazione/Antidiscriminazione
RETE METROPOLITANA ANTIDISCRIMINAZIONE BOLOGNA



Art. 3. Tutti i cittadini hanno pari dignità sociale e sono eguali davanti alla legge, senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali.

SITOGRAFIA

<http://www.irma-torino.it/> Portale per le pari opportunità della città di Torino

<https://www.provincia.asti.it/it/page/le-pari-opportunita> Pagina del sito della Provincia di Asti dedicato alle pari opportunità

<https://www.provincia.cuneo.gov.it/pari-opportunita/index> Pagina del sito della Provincia di Cuneo dedicato alle pari opportunità

<https://www.pubblicitaprogresso.org/it/3/pari-opportunita>

<https://www.youtube.com/watch?v=nPpIn0b6-x4> Il corpo delle donne Lorella Zanardo e Marco Malfi Chindemi-documentario (www.ilcorporelledonne.net), realizzato con Cesare Cantù e Marco Malfi Chindemi, che si proponeva di innalzare il livello di consapevolezza sull'immagine delle donne nella tv italiana

https://www.youtube.com/watch?v=7HuGdeVG_40

Without asking permission: Lorella Zanardo at TEDxLakeComo riflette sull'immagine della donna

BIBLIOGRAFIA

GIANINI BELOTTI Elena, Dalla parte delle bambine, Feltrinelli, 2013

LIPPERINI Loredana, Ancora dalla parte delle bambine, Feltrinelli, 2014

BIEMMI Irene, LEONELLI Silvia, Gabbie di genere. Retaggi sessisti e scelte formative, Rosenberg e Sellier, 2017

BIEMMI Irene, Educazione sessista. Stereotipi di genere nei libri delle elementari, Rosenberg e Sellier, 2010

ZANARDO Lorella, Il corpo delle donne, Feltrinelli, 2010



Foto: <https://www.uppa.it/psicologia/giocare-a-far-finta/>