

Informativa

X

Questo sito o gli strumenti terzi da questo utilizzati si avvalgono di cookie necessari al funzionamento ed utili alle finalità illustrate nella cookie policy. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie, consulta la [cookie policy](#).

Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina, cliccando su un link o proseguendo la navigazione in altra maniera, acconsenti all'uso dei cookie.

[ARCHITETTURA](#) [CINEMA](#) [DESIGN](#) [DIDATTICA](#) [DIRITTO](#) [EDITORIA](#) [FOTOGRAFIA](#) [MERCATO](#) [MODA](#) [MUSICA](#) [NEW MEDIA](#) [TEATRO](#) [TURISMO](#)

sky ARTE HD

NEWSLETTER

nome

## Donne e pubblicità, tra corpo e cervello. Quattro casi recenti

CERCA NEL SITO

cerca articoli →

cerca in calendario →

TRIBNEWS

tutto →

email

[privacy policy](#)

iscriviti

## JOBS FEED

HOME WORKING

V'CURATING ON THE WEB:  
EXHIBITING INTERNET-BASED  
ART' ONLINE COURSE BY  
NODE CENTER

HOME WORKING

LUPANICA 2016 - BANDO DI  
CONCORSO PER OPERE DI  
LAND ART

HOME WORKING

CONCORSO  
INTERNAZIONALE DI  
FOTOGRAFIA 3° EDIZIONE -  
FUORI FUOCO MOAK

HOME WORKING

OPEN CALL LA VILLE  
OUVERTE - MEDITERRANEAN  
LANDSCAPES

MILAN

MASTER UNIVERSITARIO DI I  
LIVELLO NEW TECH: STYLE  
TREND TEXTILES  
TECHNOLOGY

MAASTRICHT

CALL FOR APPLICATIONS  
RESIDENCY VAN EYCK

SALERNO

ASSOCIAZIONE CULTURALE  
JAZZI - CONCORSO DI IDEE

MILAN

AVVISO DI GARA PER  
AFFIDAMENTO DELLA  
CONCESSIONE IN USO DEL  
TEATRO LIRICO PER ATTIVITÀ  
CULTURALI E DI  
SPETTACOLO

UNITED STATES (NAPA)

ART CONSULTANT

UNITED STATES (NAPA)

VP AERENA BRAND

UNITED STATES (DETROIT)

MOCAD ANNOUNCES  
CURATORIAL FELLOWSHIP  
PROGRAM: FORD  
FOUNDATION PROVIDES  
SUPPORT FOR A NEW  
EDUCATION PROGRAM

UNITED KINGDOM (LONDON)

DIRECTOR OF  
DEVELOPMENT

CANADA (BANFF)

BANFF CENTRE FOR ARTS  
AND CREATIVITY IS SEEKING  
A DIRECTOR VISUAL DIGITAL  
AND MEDIA ARTS

UNITED STATES (NEW YORK)

EMAIL PROGRAM MANAGER

UNITED KINGDOM (LONDON)

ADMINISTRATOR / JUNIOR

*Aziende che promuovono la propria immagine puntando sull'impegno sociale e culturale, contro pregiudizi e cliché; altre che restano legate a vecchi schemi. E il corpo delle donne è al centro. Ecco quattro casi recentissimi, dall'Italia all'Inghilterra*

Scritto da [Helga Marsala](#) | domenica, 24 luglio 2016 - 0

Print PDF Email



*Il volto femminile di Edison, tra energie pulite e impegno per le donne*

### EDISON, UN PRIMATO IN ROSA

La musa dell'operazione è la milanese **Maria Artini**, tra le prime stelle a illuminare l'altra metà del firmamento delle scienze moderne. Nata nel 1894, iscrittasi nel 1912 al Politecnico di Milano, si laureò nel 1919 in elettrotecnica con 90/100. E non si fermò lì. La Artini cominciò subito a collaborare con aziende del settore elettrico e nel 1937 fu assunta dal colosso Edison, conquistando presto un ruolo dirigenziale. Nulla di scontato, per l'epoca. Anzi. Le donne che studiavano, facevano carriera e sfondavano nel settore scientifico-tecnologico erano perle rare.

Ma quanto è cambiata oggi la situazione? Se l'è chiesto proprio Edison, con una bella campagna di comunicazione tutta al femminile, lanciata a giugno 2016. Il progetto si chiama "Pretty Curious" e dal prossimo autunno metterà in campo una serie di iniziative di taglio didattico-culturale, destinate alle studentesse degli istituti superiori e dei licei scientifici: incontri, progetti, dibattiti.



*Arte contemporanea nel carcere di Reading per l'ultimo progetto di ArtAngel. E Patti Smith legge Oscar Wilde*



*In Turchia il golpe interrompe la Commissione Unesco. I lavori riprenderanno a Parigi il prossimo ottobre*



*Tutte le immagini di Fuori Uso 2016, storica rassegna ideata a Pescara da Cesare Manzo*



*Eremita Arte: in Abruzzo 16 luoghi della spiritualità offrono spazio all'arte contemporanea*



*100 celebrity donano i propri jeans, Johnny Dar li dipinge. Una collezione d'artista all'asta per i rifugiati*



*Una mostra, un simposio e un libro per tornare ad indagare sulla follia di Van Gogh*



*Tutte le foto da Demanio Marittimo 2016. Spiaggia invasa dalle misteriose scatole di Alfredo Jaar*



*Andrej Tarkovskij e le sue foto italiane. Per la prima volta all'asta 257 polaroid*

## CALENDARIO EVENTI

tutto →

evento o spazio espositivo

città (comune)

in corso e futuri

trova

ricerca avanzata

INAUGURAZIONI

IN GIORNATA

FINISSAGE

[Luana Gibaldi - La personalità del segno](#)

lerici - sala cargia' - galleria d'arte

[Design in Town 2016](#)

siracusa - antico mercato di ortigia

[Inaugurazione Toffee's Art Gallery](#)

san miniato - toffee's art gallery

tutte le inaugurazioni di oggi →

cerca le inaugurazioni dei prossimi giorni

WRITER

## SONDAGGIO

Qual è il social network più adatto per i creativi?

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Pinterest
- Google+
- Youtube
- LinkedIn
- Vimeo
- Snapchat
- Tumblr
- Behance
- Deviantart

Vota

Visualizza risultati

ARCHIVIO SONDAGGI

## MAGAZINE

ARTRIBUNE MAGAZINE – SPECIALE SVIZZERA

ARTRIBUNE MAGAZINE #32

ARTRIBUNE MAGAZINE #31

ARTRIBUNE MAGAZINE – SPECIALE DESIGN 2016

ARTRIBUNE MAGAZINE #30

ARTRIBUNE MAGAZINE #29

ARTRIBUNE MAGAZINE #28

ARTRIBUNE MAGAZINE #27

ARTRIBUNE MAGAZINE #26

ARTRIBUNE ISRAEL #0

## TAGS

architettura arte contemporanea

artisti aste Avvenire

berlino Biennale di

Venezia Bologna

cinema Corriere

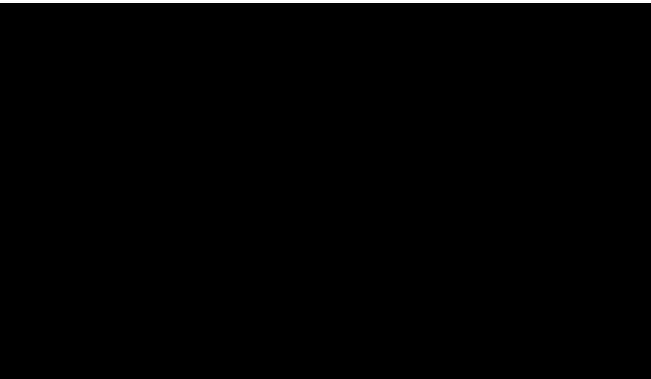
della Sera

design Editoria



Maria Artini

SE DA GRANDE VUOLE FARE LA SCIENZIATA. UNO SPOT INTELLIGENTE Teaser della campagna è un delizioso video, affidato ai volti di bambine che sognano un futuro tra laboratori di chimica, ingegneria, biologia, astronomia o informatica. Bambine che non s'immaginano maestre, parrucchiere, attrici o assistenti sociali, ma che nel cuore hanno numeri, provette, circuiti, robot, oceani, fossili, pianeti. A descriverle una serie di aggettivi: essere curiose, determinate, creative, concentrate. E il tentativo è quello di offrire alle più piccole un modello virtuoso, in cui passione e intelligenza, volontà e cervello, fanno la differenza.



In chiusura, le statistiche che restituiscono la verità: in Italia, su sette persone che lavorano nel settore STEM (Scienza, tecnologia, ingegneria e matematica) solo una è donna. Male anche per l'ICT (Informazione, comunicazione e tecnologia), dove le donne impiegate sono l'11% del totale (in Europa si arriva al 15%, fonti Cepis-Aica). Ruoli dirigenziali? Assolutamente rari. E il problema è già all'origine, dal momento che le iscritte ai corsi di laurea d'ambito scientifico sono ancora assai inferiori rispetto agli iscritti. Un fenomeno di autoesclusione, influenzato anche da pregiudizi stratificati: per secoli si è ritenuto che le donne fossero più portate per discipline umanistiche ed educative.

Ma di pregiudizio reale si parla, se ci spostiamo nella fase post studi. Nonostante arrivino al traguardo della laurea il 2-3% in più di universitarie rispetto ai colleghi maschi (fonte Eurostat), qualcosa si inceppa sul piano delle assunzioni e della crescita professionale. A fare carriera sono, per la stragrande maggioranza, gli uomini. E ancora una volta Edison marca una differenza. Se la percentuale delle impiegate in azienda è cresciuta progressivamente, negli ultimi 10 anni le donne con ruoli di

## ARTICOLI PIÙ COMMENTATI

tutti →

chiusa la bevilacqua la masa. la fondazione è stata assorbita dal comune di venezia **38**

fondazione bevilacqua la masa. parlo agli artisti **14**

dettaglio **12**

tutto su ai weimei. dai gommoni agli uffici: presentata a firenze la mostra del grande artista cinese **9**

PIÙ LETTI

PIÙ CONDIVISI

Chiusa la Bevilacqua La Masa. La Fondazione è stata assorbita dal Comune di Venezia

Profughi come fiori di loto. Immagini e video della nuova installazione di Ai Weiwei a Vienna

Errori e domande impossibili nei quiz del concorso per 500 funzionari dei Beni Culturali. Eccone un florilegio

L'avanguardia fatta donna. Intervista con Nanda Vigo

Tutto su Ai Weiwei. Dai Gommoni agli Uffici: presentata a Firenze la mostra del grande artista cinese

A Roma riapre il Giardino Segreto di Tramontana dentro Villa Borghese

Officina delle Idee Follonica: rigenerazione urbana dell'ex Ilva grazie all'arte

Come si diventa artisti. La storia di Sophie Calle

Il giorno della Nuvola di Fuksas. Presentato il Centro Congressi a Roma. Inaugurazione prevista per il 29 ottobre 2016

Sulla Nuvola di Fuksas. L'opinione di Luigi Prestinzenza Puglisi

## ULTIMI COMMENTI INSERITI

tutto →

Bacon si fece vivo spesso a Montecarlo per via della sua passione per la Roulette, che si giocava ne [angelov](#)

Questi VERI artisti che operano SOLO nelle superfici AUTORIZZATE, per salvaguardare la loro arte,dov [giancarlo cappanera](#)

festival Fiera film  
 Firenze  
 fotografia  
 galleria Il Fatto  
 Quotidiano Il  
 Giornale  
 intervista  
 L'Unità La  
 Repubblica La  
 Stampa Libero  
 Londra Maxxi  
 mercato  
 milano moda  
 mostra  
 Museo musica  
 Napoli New  
 York parigi  
 performance pittura  
 politica Quotidiano  
 Nazionale roma  
 street art Teatro  
 torino Venezia

responsabilità sono passate dal 25 al 35%. Fino ad arrivare all'attuale fiore all'occhiello: oggi Edison è la più grande società italiana con un Cda a maggioranza femminile. Chapeau.



Il claim dello spot Mocio Vileda 2016

#### MOCIO VILEDÀ. TRA SESSISMO E MAMMISMO

Ma se non sono poche le aziende italiane che scelgono la via del marketing engagé, promuovendosi attraverso cultura e impegno sociale, altre perseverano nella comunicazione old style. A volte limitandosi a roba scontata, ammuffita, infarcita di cliché anni Cinquanta.

Poco dopo che in rete, sui siti di alcune riviste femminili e in 973 sale cinematografiche nazionali, approdava lo spot Edison, in Tv arrivava la nuova pubblicità Vileda. Protagonista il buon vecchio Mocio, strumento cult in fatto di pulizie domestiche, reclamizzato da un'ennesima scenetta familiare. Tanto banale quanto irrealista. Una mamma (non sia mai che tocchi a un papà!) si dà da fare col suo avanguardistico SuperMocio, raccontando del figlio adolescente, amante del rock. Il quale entra in casa, munito di regolare outfit chiodo-jeans-sneaker, e senza nemmeno salutare passa sul pavimento lido con le scarpe zozze.

Regolare anche la scia di impronte color fango. La madre non lo richiama, non gli mette in mano l'attrezzo intimandogli di pulire, ma si fa complice dell'adorato pargolo cafone: col Mocio abbracciato come una chitarra, anche lavare per terra è "rock". Lui sporca e lei strofina, sottomessa e felice. Dietro l'immagineedulcorata, il mix di mammismo e maschilismo trapela. Irritante. E in rete sono tanti gli utenti infastiditi.



Il vizio delle pubblicità sessiste si sposa, ancora una volta, con l'assenza di creatività, intuito, freschezza, genialità, in cui certe aziende inciampano, inchiodandosi alle quattro

Ti chiedo inoltre dell'esperienza blm vettese c'e' qualche artista che ritieni degno di nota?

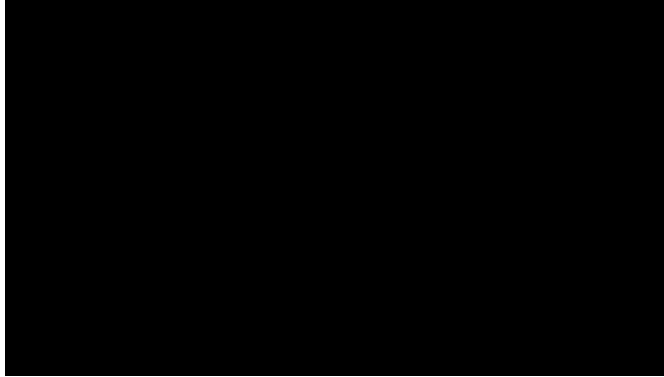
[gino paoli](#)

Certo, la figura dell'artista sta evolvendo in una direzione che ancora non conosciamo, ma credo che

[gino paoli](#)



formule acquisite, a misura di utente medio. Quando il populismo danneggia pure il marketing. A curare la campagna Tv europea del SuperMocio è stavolta la francese Herezie, agenzia prestigiosa, che in questo caso non ha brillato. E dire che per il 2016 l'investimento di Vileda per la comunicazione si aggira intorno ai 6 milioni di euro, con un incremento del 40% rispetto al 2015. Meno budget ma più incisività in passato, ad esempio con lo spot "I gatti leccano di tutto!", firmato nel 2013 da Mosaicoon. Un prodotto originale, divertente, fuori dal cliché "casalinga bon ton", con tutte le caratteristiche per diventare virale: furono più di 200.000 le visualizzazioni in meno di 3 giorni e oltre 15.000 le interazioni sui social. È il caso di dirlo: lo stereotipo non premia più.



#### LYCIA E LA RATORICA SULLA DIFFERENZA DI GENERE

Accoglienza negativa, in rete, anche per una recente pubblicità di Lycia, marchio storico nel settore igiene e cosmesi. La folla ha puntato il dito contro la campagna lanciata su Facebook a giugno, incentrata sugli stereotipi di genere. Smalti, trucchi e bigodini per lei; trapani, seghe e martelli per lui. Multitasking lei, fra aspirapolvere, pentole, libri, pc e bebè; monocalane lui, che non va oltre l'ufficio. E ancora intuitivo lui, che se si perde decifra una cartina; pigra, sbrigativa (e forse tonta?) lei, che interpella un passante. I commentatori insorgono indignati (giustamente) e alla fine l'azienda si scusa: "Non era nostra intenzione offendere nessuno, anzi volevamo ottenere l'effetto opposto: fare ironia con leggerezza sui luoghi comuni e gli stereotipi di genere, proprio per esorcizzarli". In effetti il format è talmente estremo da far pensare più a un gioco ironico sui pregiudizi, che non a un'apologia. Tentativo mal riuscito, evidentemente. Scuse apprezzabili.



Lycia, campagna social

LABURISTA, MUSULMANO, FEMMINISTA. IL SINDACO DI LONDRA E LE DONNE Estate 2016, stesso periodo ma altre latitudini. Ci spostiamo a Londra, dove il neosindaco **Sadiq Khan** si è subito attivato sul fronte della lotta alle pubblicità sessiste. Un impegno già preso durante la sua fortunata corsa elettorale. A un mese dalla conquista della City Hall, Khan ha detto stop a quei manifesti sparsi tra fermate metro e fiancate dei bus, rei di spingere sul tasto del corpo femminile in chiave utopica, irrealistica, iper patinata e competitiva. Sarà la Transport for London, su invito del sindaco, ad applicare un filtro più scrupoloso alle 12.000 pubblicità gestite ogni anno, bloccando quelle davvero disturbanti e mortificanti. I regolamenti della Advertising Standards Authority saranno tenuti come riferimento costante, mentre l'azienda dovrà istituire un "Advertising Steering Group", composto dai suoi partner adv (Exterior Media e JCDcaux) e da un serie di stakeholder. L'obiettivo? Monitorare l'approccio di TfL al mondo della pubblicità e garantire il rispetto delle policy.



Londra, pubblicità Protein World

La prima ad essere incriminata è stata la già nota campagna del marchio Protein World. L'anno scorso l'azienda era finita sotto i riflettori per quella super modella scolpita ed abbronzata, infilata in un mini bikini giallo e stampata su migliaia di billboard. Slogan: "Il tuo corpo è pronto per la spiaggia?". Una petizione su Change.org aveva raccolto 700mila firme di protesta, mentre quasi 400 segnalazioni erano giunte ad ASA.

Ed è subito querelle: non è forse normale che una pubblicità di prodotti nutritivi per lo sport mostri dei corpi tonici, perfetti, bellissimi? In teoria sì. Ma occorre valutare quanto possa essere esplosivo il mix tra immagine e messaggio, e quale meccanismo più o meno subliminale scatti nella massa. A tutela delle sensibilità più fragili.

L'idea che essere pronte per la spiaggia significhi aver raggiunto un traguardo di quel tipo, è sciocca ma soprattutto insidiosa. Per gli uomini e per le donne, certamente. Eppure è alle donne che questo tipo di stress psicologico viene solitamente imposto: è il corpo femminile, al 90%, ad essere raccontato sui media come oggetto scultoreo infinitamente perfezionabile. Il risultato? Frustrazione, mortificazione, bassa autostima, fino all'insorgere di malattie sociali quali anoressia, bulimia, dipendenza da farmaci e integratori.



Il sindaco di Londra, Sadiq Khan

#### FEMMINISMO O ISLAMISMO?

Altro fattore nodale. Parliamo qui di comunicazione urbana, con un impatto visivo ampissimo. Non basta spegnere la tv o girare la pagina di un giornale, come ha saggiamente evidenziato la stessa TfL. Si tratta di cartelloni piazzati tra stazioni e mezzi pubblici. Inaggirabili. L'elemento dell'imposizione e dell'aggressione accomuna qualunque presenza pensata per lo spazio pubblico: che sia un'opera d'arte, un manifesto politico, una pubblicità commerciale. Il senso di responsabilità non può che aumentare, in proporzione.

E infine non è mancata, tra i social e la stampa, l'accusa per Khan di "fondamentalismo islamico". Femminismo o sharia? Condanna per la nudità femminile o reale premura nei confronti delle donne? Conservatori e xenofobi hanno naturalmente cavalcato la prima ipotesi, identificando nel sindaco musulmano un nemico delle libertà occidentali. Peccato che il succo della questione fosse un altro: non moralismo, ma rispetto. A essere contestate, ha spiegato il Sindaco, sono quelle pubblicità che portano le donne "a vergognarsi dei loro corpi".



La nota copertina incriminata di Marie-Claire: modella troppo magra

È peccato che a banalizzare il termine "libertà" non si vada poi così lontano. Liberi di mostrare, esaltare, condividere, scoprire il corpo, senza tabù né repressioni. Sacrosanto. Ma non più liberi di giorno, forse, se l'equilibrio tra realtà e immaginazione, concretezza e desiderio, va a farsi benedire. L'immagine di sé distorta, la riduzione del corpo a mero strumento sessuale o a feticcio estetico da plasmare, la sua idealizzazione spinta, condita da perfezionismo, colpa e autopunizione, sono effetti di una combinazione critica tra disagio psicologico, retaggi culturali duri a morire e istanze ciniche del mercato. Una pubblicità può cambiare qualcosa? No, nel singolo caso. Sì, se diventa specchio ed ennesimo tassello di un intero sistema culturale. Banditi estremismi e censure, ma farsi due domande e continuare a vigilare resta un fatto sano. A tutela, soprattutto, delle giovani generazioni.

Helga Marsala

### leggi anche



Algeri, l'ISIS e il coma catodico. L'editoriale di Alberto Castelvechchi



Battuta d'arresto per la "High Line" a Londra. Bloccato fino a reperimento fondi il progetto del Garden Bridge di Thomas Heatherwick



Lo Strillone: Uffici aperti a Pasqua, ma i sindacati mandano in pensione le riforme su Il Sole 24 Ore. E poi Istituti italiani di cultura, La Grande Guerra, Jean Ferrero



Cultura islamica. Cosa (non) fanno i Paesi Arabi



Categoria [attualità](#) · Tags [donne](#), [Edison Gjergo](#), [Islam](#), [Londra](#), [Lycia](#), [pubblicità](#), [Sadiq Khan](#), [sessismo](#), [spot](#), [stereotipi](#), [Vilela](#)

Prima di commentare, consulta le nostre [norme per la community](#)

Commenti

Comunità

1 Accedi

Consiglia

Ordina dal migliore

Inizia la discussione...