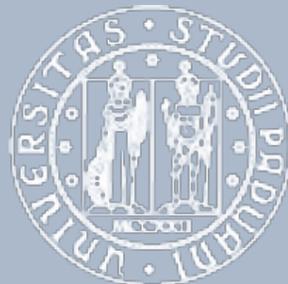


# Media, genere e sessualità

Cosimo Marco Scarcelli

General course

Generi, saperi e giustizia sociale



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PADOVA



# ORDINE DI GENERE E CONFINI

---

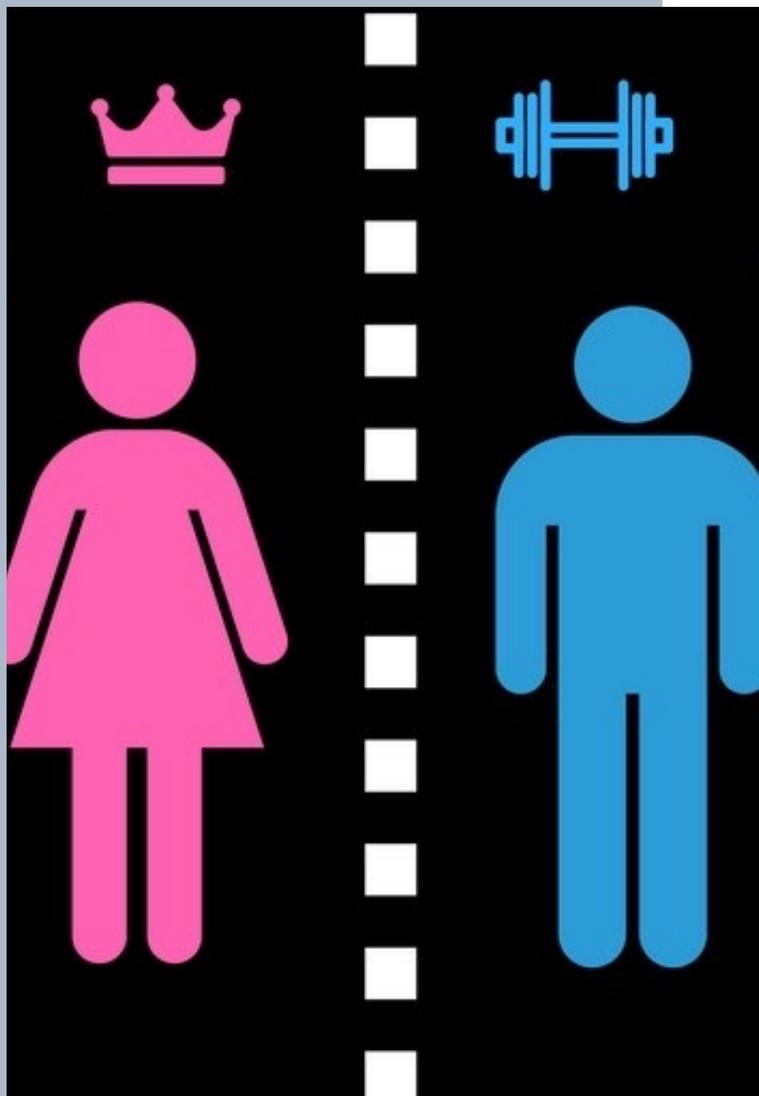
Per mantenere ordine di genere vengono creati dei confini

Nel Mercato del lavoro

La segregazione politica

Divisione del lavoro domestico

Ordine di genere binario ed eteronormativo



**ULTIM'ORA**

*E' morto don Luigi Verzè, fondatore del San Raffaele*

## E' STATA LA CULONA

*Intrigo svelato: in una telefonata segreta la Cancelliera chiese a Napolitano la testa di Berlusconi*

[commenta](#)





Politica

# M5S, il deputato alle colleghe Pd: "Siete qui perché brave solo a fare i pompini"



*La frase pronunciata in commissione Giustizia dall'esponente del Movimento Massimo Felice De Rosa. Le parlamentari sporgono querela per*



TRENTO - «Che due palle sta propaganda per la violenza verso la donna. Se gli uomini sono così tremendi, sco...i i cavalli». Sono le parole di **Luca Valentini**, **candidato Fdi** alle ultime amministrative a Trento e responsabile 'culturale' di quel partito in quella zona. E sui social un'altra candidata Fdi Carolina Roat gli ha dato pure ragione». Lo denuncia il segretario nazionale di Sinistra Italiana Nicola Fratoianni. «Mi vergogno per loro - prosegue il leader di Si - non ci può essere spazio in politica per personaggi simili». «Mi auguro che Giorgia Meloni nelle prossime ore - conclude Fratoianni - annunci la loro cacciata da quel partito...».



**Sergio Berlato**

Ieri alle 00:13 · 🌐



Dedico questa vignetta a tutte le signorine animaliste e vegane che in questi giorni mi hanno fatto dono dei loro insulti e delle loro minacce, solo per il fatto che sono un appassionato Cacciatore. 😏😏😏







Condividi:



Commenti:

0

## Il gigante buono e quell'amore non corrisposto

*Il sospetto del pm: "Non un delitto d'impeto, ma un piano criminale organizzato"*

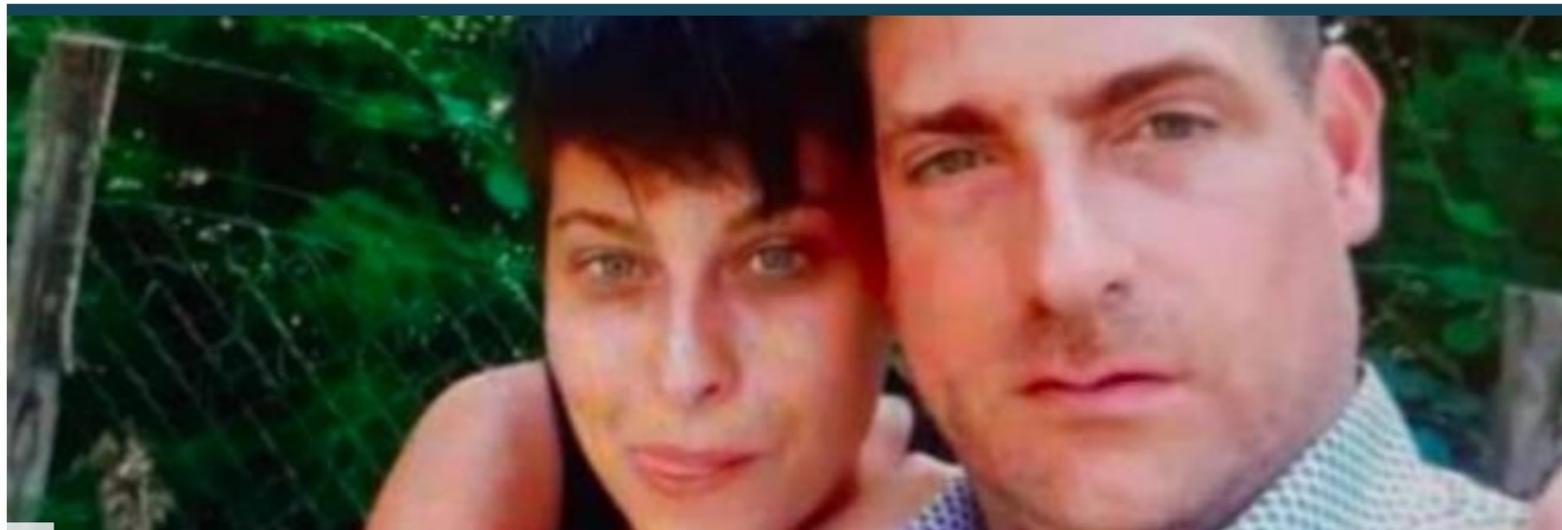
Luca Fazzo - Dom, 08/09/2019 - 09:27



**commenta**

**Mi piace 564**

Piacenza - Due facce: una pubblica, una privata. In pubblico, a Carpaneto e nei paesi vicini, Massimo Sebastiani lo consideravano - fino a due settimane fa - forse un po' tocco ma non pericoloso, una sorta di gigante buono sempre pronto a dare una mano.





# GENERE E MEDIA

---

Disinteresse iniziale degli studi sui media

Van Zoonen (1994): seconda ondata del femminismo (anni 60). 3 questioni in accademia.

Stereotipi e ruoli sociali

Ideologia

Pornografia

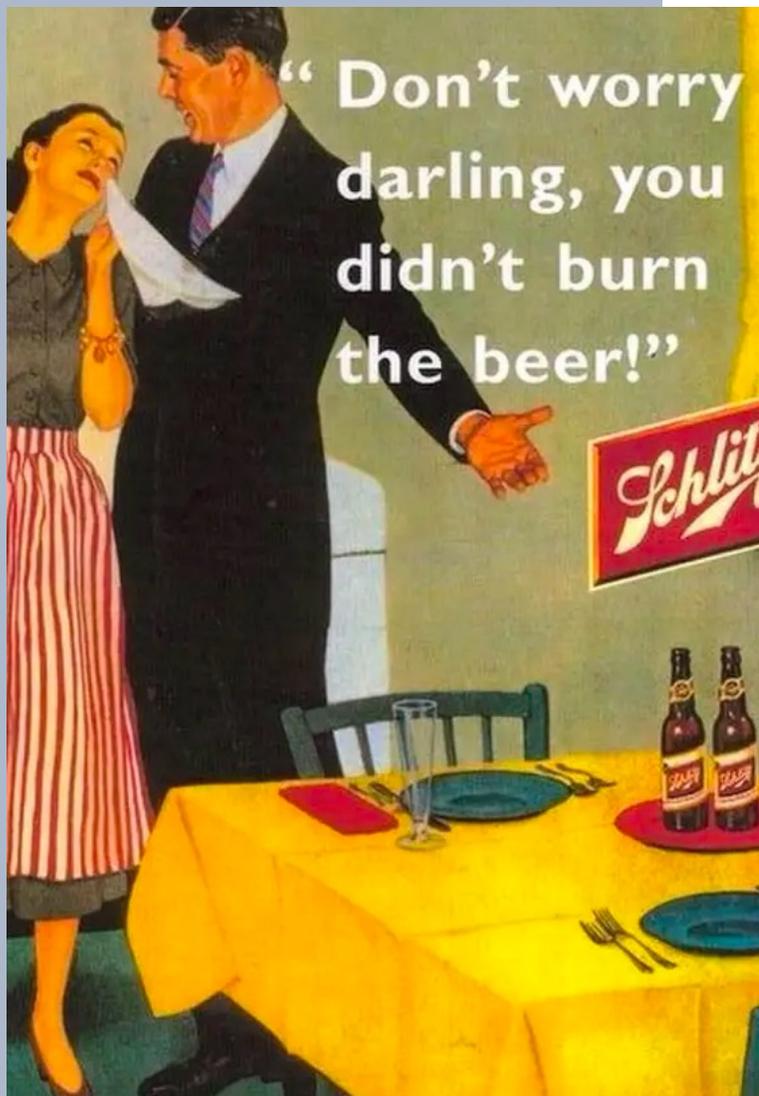
Produzione – Rappresentazioni –  
Consumi / pratiche di utilizzo





# GENERE E MEDIA

---

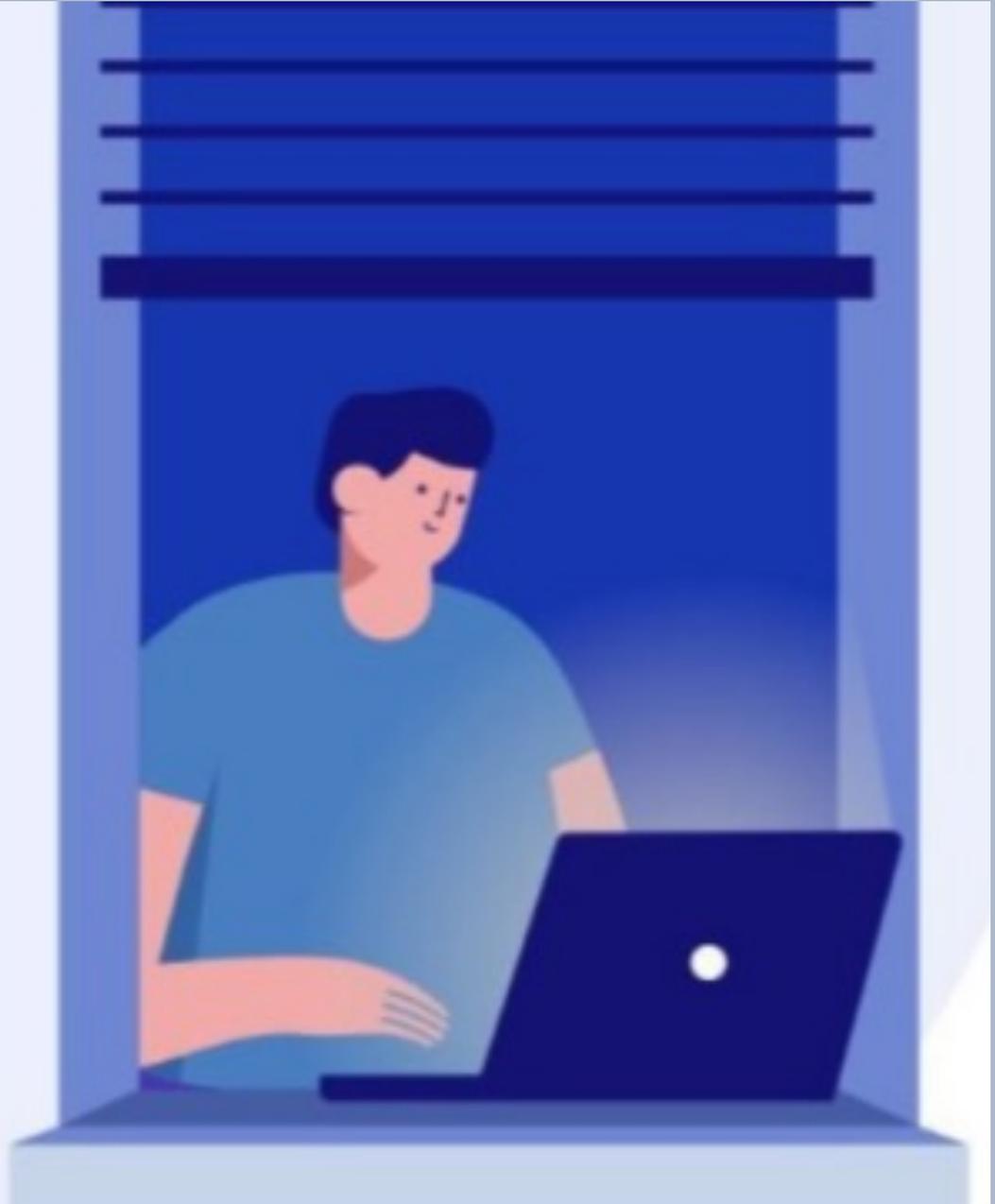
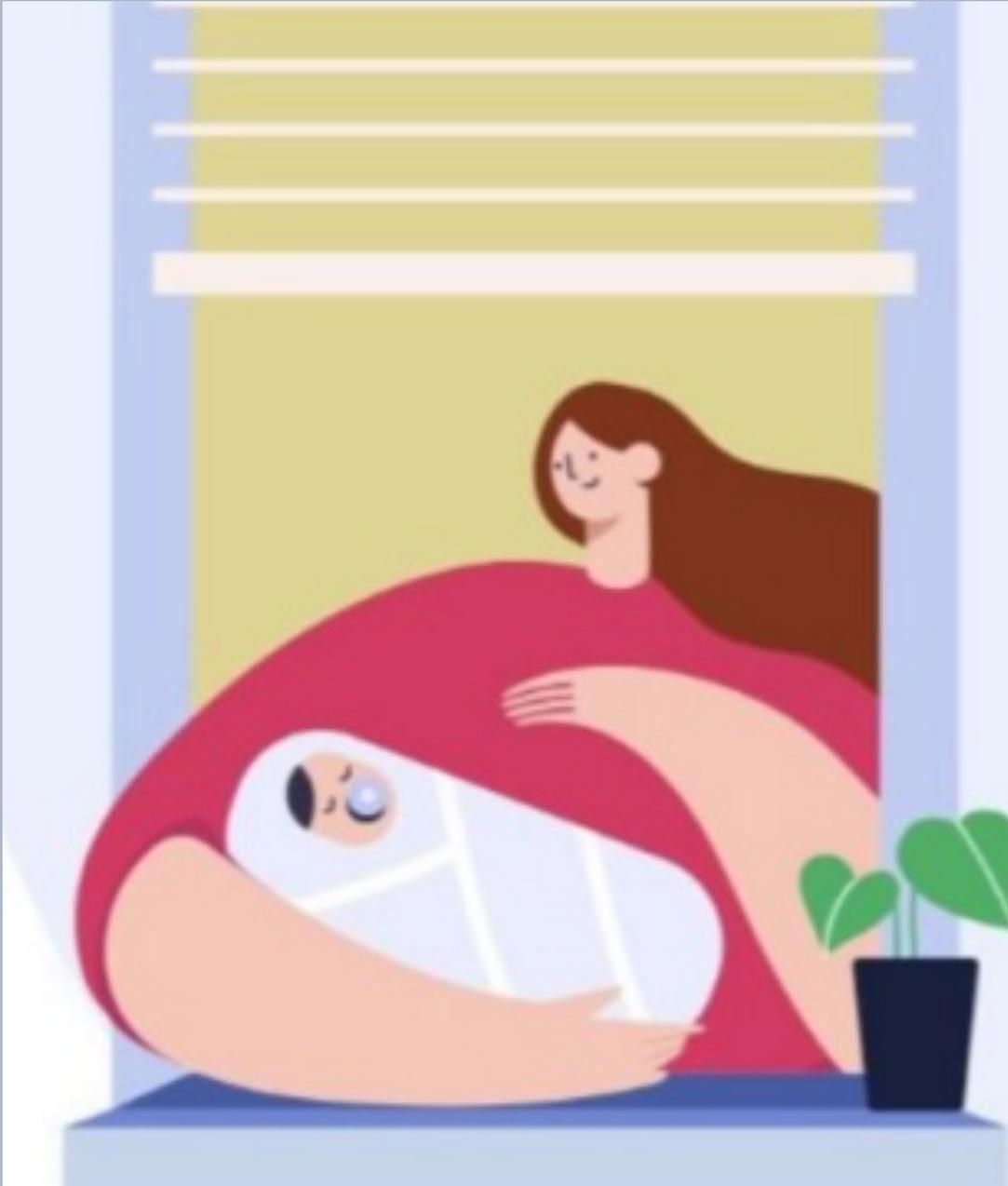


Ruoli sociali e stereotipi

Sotto-rappresentazione

Rappresentazioni nelle notizie

E nella pubblicità e nella cultura popolare





PRESENTS

# THE RULE

WITH THANKS TO LIZ WALLACE

WANNA SEE A MOVIE  
AND GET POPCORN?

THE  
MERCENARY

WELL,... I DUNNO. I HAVE  
THIS RULE, SEE...

I ONLY GO TO A MOVIE IF IT SATISFIES  
THREE BASIC REQUIREMENTS. ONE, IT  
HAS TO HAVE AT LEAST TWO WOMEN IN IT..

Now  
PLAYING

THE  
BARBARIAN

# BECHDEL TEST

## HOW THEY STACK UP



TWO FEMALE CHARACTERS



FEMALE CONVERSATION



NOT ABOUT MEN

The Social Network



Mad Max Fury Road



Finding Nemo



Jack Reacher



The Hunger Games



Toy Story



Up



The Fast and the Furious



Silence of the Lambs





# Rappresentare

---

Quanto e come

Hall: la cultura ha a che fare con i significati condivisi. Linguaggio centrale per significati e cultura.

I media non costruiscono significati, ma fanno parte della costruzione





# Dove si rappresenta

---

Primi studi, la pubblicità (dagli anni 70 in poi)

Goffman (1979) *Gender Advertisements*:  
Gender displays sono socialmente apprese e modellate e funzionano come affermazione rituale delle gerarchie sociali.

Pubblicità importanti per riconoscere c.d.  
gender displays

Es. il tocco femminile

Cambiamenti



# **VE LA DIAMO GRATIS**

**PER UN MESE**

**La pulizia o la sanificazione**

**Ad ogni contratto annuale per:**

**CONDOMIMI - UFFICI**

**NEGOZI - MAGAZZINI**

**SUPERMERCATI**

**CAPANNONI INDUSTRIALI**

**VETRATE - VETRINE**

**PISCINE - VILLE E CASE PRIVATE**



IT JUST TASTES BETTER 



**IT'LL BLOW YOUR MIND AWAY**




**\$6.25 MEAL**

**BK SUPER SEVEN INCHER**

Fill your desire for something long, juicy and flame-grilled with the **NEW BK SUPER SEVEN INCHER**. Yearn for more after you taste the mind-blowing burger that comes with a single beef patty, topped with American cheese, crispy onions and the A.1.<sup>®</sup> Thick & Hearty Steak Sauce.



**DOLCE & GABBANA**

**Keyaku**  
l'informatica che vuoi tu

**IGNIS**  
Lei 1270

€ **299**.90

a San Valentino  
**mettila a 90 gradi**

se la ami davvero fare il bucato sarà semplicissimo

[www.keyaku.it](http://www.keyaku.it)

An outdoor advertisement for a washing machine. The top part features the 'Keyaku' logo in blue and yellow, with the tagline 'l'informatica che vuoi tu'. To the right, the 'IGNIS' brand name is displayed in large black letters, with 'Lei 1270' underneath. A small image of the washing machine is shown next to the price '€ 299.90'. The bottom half of the ad has a red background with white text that reads 'a San Valentino mettila a 90 gradi' and 'se la ami davvero fare il bucato sarà semplicissimo'. The website 'www.keyaku.it' is in the bottom right corner.

*Io ti dò lo sfilatino....  
Tu dimmi come lo vuoi!!!*

An advertisement for a fast-food restaurant. The top half shows a variety of food items including a long sandwich with meat and vegetables, a burger, a smaller sandwich, a wrap, and a portion of fries. Below the food, there is a handwritten-style text in red: 'Io ti dò lo sfilatino.... Tu dimmi come lo vuoi!!!'. The bottom half of the ad features a close-up of a young woman with long brown hair, looking upwards with a surprised expression, her hands raised near her face. The background is a light blue wall with some faint, illegible text.





# Popular culture e notizie

---

Cultura popolare solo di recente analizzata dai media studies.

Come vengono rappresentati i generi e quanto.

Contesto storico e geografico

Annientamento simbolico

GMMP (ogni 5 anni)

Donne: cultura, educazione, cura, benessere, consumo.  
Uomini: finanza, economia, politica, esteri



*ultra*<sup>®</sup>  
RECORDS



*the*  
**DuVernay  
Test**

**AFRICAN-AMERICAN AND OTHER MINORITY CHARACTERS  
HAVE FULLY REALIZED LIVES, RATHER THAN SERVING AS  
SCENERY IN WHITE STORIES.**

*the*  
**Vito Russo  
Test\***

**AN IDENTIFIABLY LGBT+ CHARACTER, WHO IS NOT SOLELY OR PREDOMINANTLY  
DEFINED BY THEIR SEXUAL ORIENTATION OR GENDER IDENTITY, IS TIED INTO THE  
PLOT IN SUCH A WAY THAT THEIR REMOVAL WOULD HAVE A SIGNIFICANT  
EFFECT, MEANING THEY ARE NOT THERE TO SIMPLY PROVIDE COLORFUL  
COMMENTARY, PAINT URBAN AUTHENTICITY, OR SET UP A PUNCHLINE.**



MARVEL STUDIOS

# ETERNALS



# SESSUALITÀ

---

«gli atti sessuali sono gravati di un eccesso di significazione»  
(Rubin 2011, p. 149)

Perché qualcosa è «percepito» o «significato» come rilevante (figura)?

Perché qualcosa è «percepito» o «significato» come irrilevante (sfondo)?





# IL LINGUAGGIO

---

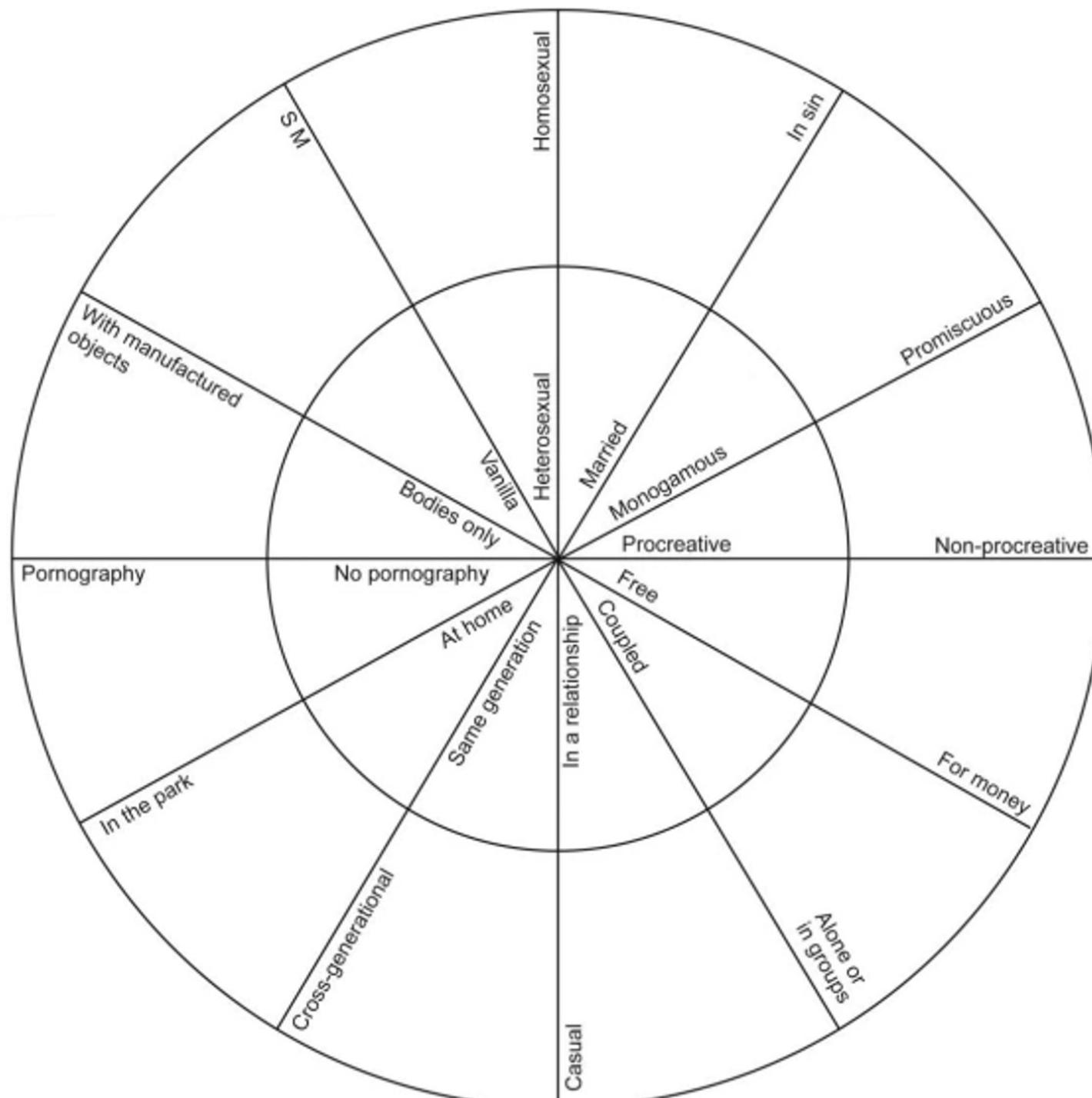


Linguaggio, processo di nominazione e costruzione dei significati sessuali

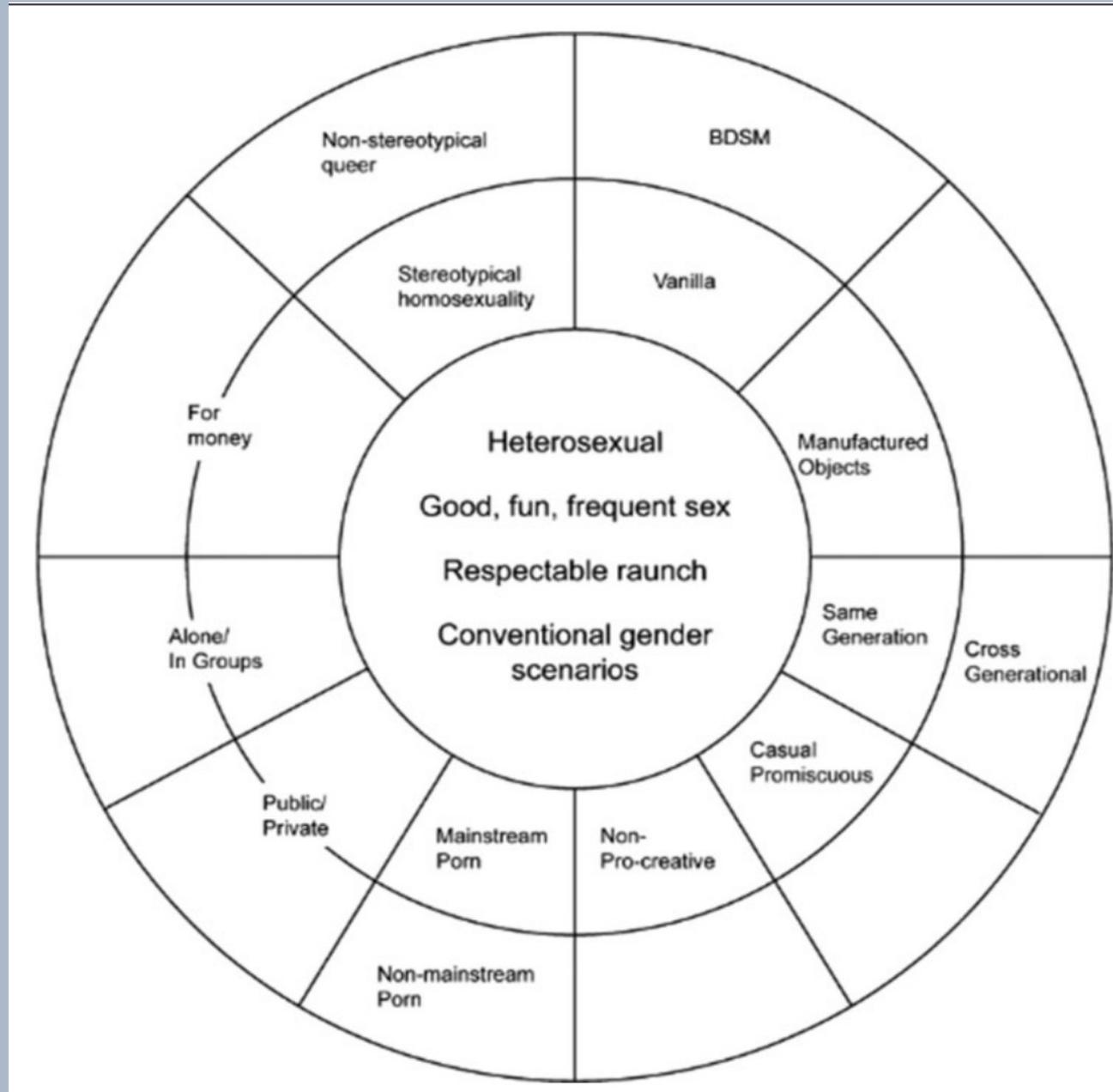
Comprensione dell'attribuzione di significati sessuali a gesti, azioni, emozioni, atti, relazioni, situazioni, identità, etc.

La domanda principale è chi, quando, dove, perché, come, rispetto a chi / cosa interpreta qualcunø / qualcosa come sessuale.

**The charmed circle:**  
Good, Normal,  
Natural, Blessed  
Sexuality

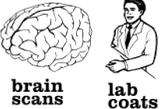


**The outer limits:**  
Bad Abnormal,  
Unnatural,  
Damned Sexuality



# bad sex media

# BINGO

<p><b>ONLY</b> penis in vagina is <b>PROPER</b> sex</p>	<p>porn <b>REWIRES</b> your <b>BRAIN</b></p>	<p><b>SEX SCIENCE</b>  brain scans    lab coats</p>	<p><b>ERECTIONS</b> = desire</p>	<p>celebrity 'expert' <b>KLAXON</b></p>
<p><b>ORGASM</b> is the goal of all sexual activity</p>	<p>all examples are <b>YOUNG</b> heterosexual <b>WHITE</b> able bodied <b>ATTRACTIVE*</b> couples</p>	<p>there are only <b>MEN</b> &amp; <b>WOMEN</b> &amp; are very different</p>	<p><b>GREAT SEX</b> <input checked="" type="checkbox"/> performance <input checked="" type="checkbox"/> positions <input checked="" type="checkbox"/> frequency <input type="checkbox"/> quality</p>	<p>the research sample quoted is <b>W.E.I.R.D.</b> (white, educated, industrialised, rich &amp; democratic)</p>
<p>everyone needs <b>SEX</b> to be happy</p>	<p>dodgy <b>STATS</b> &amp; <b>BAD</b> science</p>	<p></p>	<p><b>ALL PORN</b> is <b>BAD</b> or good</p>	<p>sex <b>ADDICTION</b> is real</p>
<p>everyone is <b>GAY</b> or <b>STRAIGHT</b> and <u>nothing</u> else</p>	<p><b>"SEX ED NOT GOOD ENOUGH"</b> complaining not doing</p>	<p><b>KINK!</b> is weird, strange or dangerous</p>	<p> <b>TOY DRUG SHOP</b> product placement</p>	<p><b>BOYS predators GIRLS victims</b> </p>
<p><b>COMPLEX</b> topic over <b>SIMPLIFIED</b></p>	<p>everyone <b>LIKES</b> { insert sex act here } so no need to <b>ASK</b> first</p>	<p><b>GOAL!</b> <b>FOCUS</b> rather than consent &amp; pleasure</p>	<p>token attractive <b>GAY</b> couple</p>	<p><b>ZOMG!</b> <b>TEENS</b> <b>INTERNET</b> <b>SEXUALISATION</b> <b>STI RATES</b></p>



# GENERE E MEDIA

---

Pornografia

Oggettificazione della donna

1988 Dworkin & MacKinnon: pornografia  
contro i diritti delle donne (femminismo pro e  
contro porno)

Porn studies e rivalutazione della pornografia



SEX  
WARDS

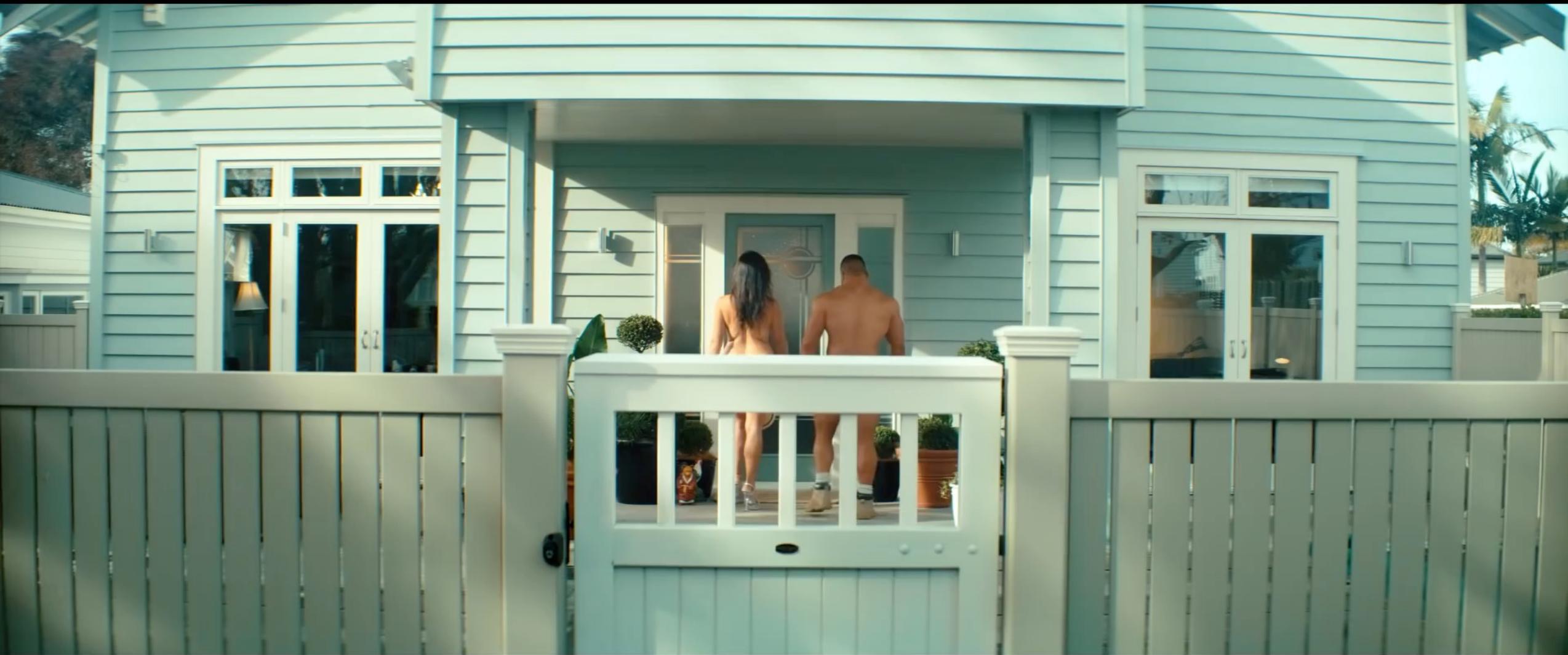
CARTOON  
ZONE



ITALIA  
PRIMA

# THINGS YOU DON'T SEE IN MAINSTREAM PORN







# GENERE, SESSUALITÀ, MEDIA

---

Post-femminismo (Press 1991)

Pornografizzazione e sessualizzazione

Sessualizzazione come concetto utile se ci riferiamo a come il sesso sia diventato più visibile nelle culture occidentali

Da *Osceno* a *Onscene*

*Ma* La ricerca invece restituisce immagini molto più complesse rispetto alla vita delle \ dei giovani e delle loro relazioni con sesso e media.





# SESSUALITÀ E MEDIA

---

Le rappresentazioni culturali spesso incorporano norme e presentano il sesso e il genere in modo gerarchico e binario

Ciò potrebbe influenzare il modo in cui sesso e genere sono intesi

Il sesso discusso come piacere o pericolo... ma così è troppo semplice...

Media e tecnologie sono sempre più importanti per il nostro modo di intendere il sesso e farne esperienza





# SESSUALITÀ E MEDIA

---

La regolamentazione produce modi di pensare, sentire e parlare del sesso

Regolamentazione spesso si concentra su pratiche non normative o che spingono il corpo al limite

La difesa dei più piccoli... ma forse stiamo negando diritti

Processo di Giuridificazione (Attwood 2018) come aumento della sorveglianza della comunicazione delle persone

