

# Donne e lavoro Ma io non voglio superare i maschi per decreto

E così l'emancipazione femminile è diventata legge di Stato, d'ora in avanti a garantirla sarà prima di tutto l'istituzione della Legge, il Tribunale è successo in America e la cosa non stupisce, se una prima volta doveva esserci non poteva capitare nel paese dei primati e del mito della frontiera. Oggi è uno spazio della coscienza femminista ad essere riconosciuto e attraverso

donne. Da questo momento non lo dovranno essere discriminate ma avranno anzi il diritto di passare da una condizione di inferiorità a quella esaltata nella stessa situazione da un uomo. Non ci sarà più bisogno di marce, proteste, assemblee, convegni sit-in, basterà invocare il diritto articolo e almeno per la donna americana le porte si spalancheranno. Se poi questa donna sarà contenta è ancora da vedere. Quanto potrà costare l'assunzione-promozione per obbligo, ovviamente non è ancora possibile dirlo. Le previsioni però sono legittime, e non è azzardato pensare che le cose saranno tutt'altro che semplici. Il maschio rimasto indietro o addirittura fuori per volere dell'autorità che gli impone la don-

na perché donna e non ancora convertito a questa nuova religione di Stato è molto probabile che se risentito e indovine, gli sarà possibile sarà pronto a controllare tutte le possibili manchevolezze di chi lo ha surclassato per ragioni di sesso. Questo sarà tutt'altro che facile da vivere. Immaginiamo per un attimo che il decimo pentapartito o persino, questa sì che è utopia, un governo di maggioranza laica naturalmente attraverso un decreto legge, sancisca anche da noi un principio analogo a quello americano. I luoghi in cui potrebbe avvenire una immissione di presenza femminile sarebbero certo parecchi, dalla Rai, come è stato ricordato in questi giorni all'Università. A tutt'oggi non credo che esista ancora un retore donna — il giorno in cui ci sarà si potranno immediatamente problemi linguistici nel senso che chiamarla magnifica potrebbe suscitare qualche imbarazzo. Le ordinarie, ovverossia le docenti di prima fascia, scarseggiano e anche le associate, soprattutto in certi settori, sono ancora lungi dall'essere numericamente pari ai docenti maschi.

Ora, se, poniamo tra me e il mio collega Stefano Rossi che ha decisamente più titoli per diventare associato, venissi scelta io perché donna, la cosa non farebbe giustizia, piacere a Stefano Rossi, ma non farebbe nemmeno piacere a me. Falso moralismo? Nossignore. Sono solo sicura che le cose sareb-

bero penosamente difficili per me. Non basta certo una legge o un decreto nel nostro caso per modificare le cose e cambiare certe mentalità. Promossa perché donna, me lo sentirei stampato in fronte e questo sarebbe terribilmente pesante. Nessuno sbaglio sarebbe ammesso, nessun errore tollerato. Una visione apocalittica? Non credo. Non credo che ci sarebbe sicurezza sapere che perché siamo donne veniamo promosse accettate, ammesse, dubito che questo ci renderebbe più facile combattere il maschilismo prevalente in certi luoghi, o l'insicurezza che molte di noi ancora provano di fronte al sessismo che determinate strutture ancora esprimono. Insomma non sono d'accordo con le ovazioni, gli entusiasmi e le euforie che hanno accompagnato la sentenza americana. Se è detto che con questo atto di legge si fa finalmente giustizia e si mette fine a discriminazioni che hanno radici antiche come tutte sappiamo bene. Ma è davvero così? In questa sentenza che ci piace o no, siamo state trattate non come persone ma come razza a parte fittizia che non sia così non serve a nulla. E poi pensiamoci un attimo, saremo davvero quello che siamo oggi, se l'altra parte avesse deciso di punto in bianco di mettere fine a torti e manchevolezze con una serie di ammissioni e atti legislativi? Le donne si sono faticosamente e tenacemente costruite la strada per la liberazione e l'emancipazione, e questo percorso costituisce lo

Annunziata Lamarra

# LETTERE ALL'UNITA'

## Il bambino, non più come fine bensì come mezzo

Caro direttore, l'articolo di presentazione (L'Unità del 25-3) della Mostra sull'Infanzia tra '800 e '900 organizzata dal Comune di Modena, mi sollecita a testimoniare il mio assenso. Purtroppo quella del «bambino-oggetto» sta rivelando una piaga che va ben oltre le dispute sociologiche. Si tratta di una sottile forma di violenza contro il futuro dell'umanità.

Quando, alcuni anni addietro nacque la trasmissione televisiva «Piccoli Fatti» (era condotta da una certa Fiammetta Flaminio) parve un innocente gioco per bambini, dove questi erano i protagonisti e il «contenitore» era soprattutto in funzione di una sorta di piccola festa per loro e i loro parenti. Era accettabile. Poi, con l'avvento di Sandra Milo, tutto è stato snaturato mortificando i bambini, ridicolizzando i parenti, ingaggiati «teama» incomprensibili, presentate bande e volgarità, disprezzo ecc. Al centro, non più come fine bensì come mezzo, il bambino.

Speriamo che iniziative come quelle del Comune di Modena servano a limitare l'«offesa», almeno per quanto riguarda la Tv di Stato.

DUILIO BARATTA (Bologna)

## «La tv fa ben peggio di quegli antiquati libri di testo delle elementari»

Caro Unità, il giorno 8 marzo, presso la sezione del Pci dove si sta per la Festa della donna, avevo suggerito alla compagnia che commentava «La Carta delle donne» di argomentare anche sul tema «Mass media, uso del corpo femminile a scopi pubblicitari, conseguente trasmissione di cultura» cosa che è stata fatta, con partecipazione di tutte.

Mi è stato pertanto gradito leggere l'articolo di domenica 22 marzo intitolato «Adesso arriva la censura». A questo proposito vorrei conoscere gli atti di un non lontano congresso di pubblicitari e grafici, per capire se questo argomento è stato sfiorato.

Perché il nostro partito non si schiera, in maniera laica e aperta, ma con maggior forza, su questo fenomeno che investe importanti aspetti esistenziali quali la dignità, la cultura della quale ci nutriamo? Non ritengo che le donne che ogni giorno lavorano in casa nelle fabbriche, negli uffici si identifichino facilmente con le immagini stereotipate di affascinanti fanciulle sempre giovani, mai stanche, con problemi di vita banali e facilmente superabili. E se qualche volta può essere gradevole far parte di un sorriso smagliante o da un corpo ben fatto, questo non deve diventare un mito di difficile raggiungimento.

L'immagine subdolamente ci dice «sono giovane», «sono bella», «sono disponibile sessualmente», «sono disponibile per il sesso», «queste qualità (e non l'onore, il decoro ecc.) qualsiasi scopo dall'essere amata dal «capufficio-gomma da masticare» all'essere amata dal «marito-amaro monogamo» e altro ancora. Esempi questi fra i più soft sappiamo che esistono messaggi ben più pesanti e digeriti e trituti di tutti coloro che, grandi e piccoli, sfogliano un giornale o accendono la televisione. Non possiamo lamentarci solo dei libri di testo elementari antiquati dove ancora oggi qualche volta viene trasmessa ai bambini un'immagine della famiglia, della donna in particolare, diversa dalla realtà: la televisione fa peggio.

RENATA MIURIN (Venezia)

## Era stato Mussolini sette anni prima a regalarla a Hitler

Caro Unità, il 6 di venerdì 20 marzo a proposito delle ultime vicende del famoso «Discobolo» si legge che la statua fu trafugata dai nazisti, con ciò dando credito alla leggenda ripresa anche dalla stampa locale e da coloro che tentano di stendere veli su un certo passato. La storia è ben diversa. La statua fu donata a Hitler in occasione delle Olimpiadi di Berlino del 1936, personalmente da Mussolini, anche in violazione della legge sulla protezione delle opere d'arte dichiarate inalienabile patrimonio nazionale. Tutto questo ben sette anni prima che i nazisti, mitra alla mano, procedessero al sistematico trafugamento dei nostri tesori artistici.

gen GIUSEPPE CUSMANO presidente provinciale dell'Anpi (Firenze)

## Gli sprechi berlinesi

Caro direttore, Ivo Grippo, presidente dell'Ente Cinema, e Carmine Cianfarani, presidente dell'Anica, hanno scritto all'Unità (25 marzo) per contestare il mio articolo (4 marzo) dedicato alla presenza commerciale italiana al recente Festival Internazionale del Cinema di Berlino.

Mi sia consentito precisare a mia volta. Lo spazio messo a disposizione della rappresentazione italiana era collocato al primo piano, fra il bar e gli uffici della Filmesse in una posizione decentrata rispetto al centro di attività mercantile della manifestazione che era all'incirca in funzione. La «zona italiana» si riduceva a un paio di scrivanie e alcune seggiole. L'unico materiale promozionale erano alcuni volumetti Anica scomparsi dopo i primi giorni. In simili condizioni non c'è da stupire se lo spazio è stato praticamente deserto durante l'intera manifestazione, come possono testimoniare il direttore di «EuropaCinema» Felice Laudadio e le sue collaboratrici, ospiti in un angolo della zona italiana, che di fatto sono state costrette a rispondere come meglio potevano a decine di domande di critici e operatori economici che cercavano informazioni, materiali, film italiani.

2) A mia conoscenza nella saletta videonon è stato visionato un solo film italiano durante l'intera manifestazione come dimostrano i programmi ufficiali della Filmesse ove questo «centro di programmazione» non compare.

3) La mostra fotografica su Cinecittà era, appunto vecchia di anni, brutta già all'origine e nell'occasione, deturpata da fore preaccidenti, appannata dall'uso, mal collocata con-

# IN PRIMO PIANO / In Italia Philip Kotler, santone americano del marketing

Dal nostro inviato PADOVA — E chi non ricorda, negli anni '30, all'epoca della canzone «Se avessi mille lire al mese / farei tante spese», la miriade di venditori cinesi, che negli angoli delle strade, proponevano simpaticamente «Una ciavatta, signore, per una lira»? Si tratta, raccontano i manuali, probabilmente di uno tra i più manifesti tentativi di «marketing» in Europa. Da allora, il «pericolo giallo» ha subito fatti alterne minacce, in questi tempi, perfino la «fortezza» del capitalismo mondiale, gli stessi Stati Uniti.

Gli esempi potrebbero continuare e il prof. Kotler ne avrebbe a valanga. Pensiamo, un po', alla moda. Adesso sono dappertutto a prezzi stracciati con una produzione di serie incredibile. Però non sono contenti. «Se dobbiamo amare il cliente — hanno pensato — dobbiamo pensare a de-maschificare i prodotti. Dobbiamo personalizzarli». E come si fa? Beh, a Tokio, c'è un negozio dove un signore può entrare per acquistare un abito. Soltanto che non chiederà di vedere una taglia 46, ad esempio. C'è un raggio laser che conformerà il suo abito sulle sue misure, inviando delle istruzioni al computer. E l'indiano, il cliente avrà il suo abito fatto su misura, cucito e stirato. Non basterebbe un altro negozio per la signore.



In Giappone l'offerta commerciale è estremamente personalizzata e differenziata



# Ama il cliente e batterai il giapponese

venuti da tutta Italia e con alle spalle il fior fiore delle aziende italiane. Tema del marketing strategico giapponese è trasferibile alla nostra cultura? Già, il Giappone è questo professore americano, invitato in tutto il mondo (a Shanghai ha tenuto una lezione a centinaia di esponenti industriali), alto, grigiovestito, ha dato non la ricetta per sconfiggere i giapponesi, ma ha cercato di chiarire il perché del successo giapponese e soprattutto quali potranno essere le prospettive future. Un successo basato su un principio (o almeno uno fra i principali). Amate i vostri clienti, coccolateli, cercate di capire in anticipo cosa vogliono. E poi sappiate innovare profondamente i vostri prodotti. Cercate — altra massima di essere leader nel vostro settore, copiate pure gli altri ma innovando subito. Un caso sono riusciti a battere la Volkswagen nel mercato statunitense, creando la Toyota. Così è stato con gli svizzeri, nel settore degli orologi, la Seiko, ad esempio, ha una gamma di oltre 3 mila tipi, da 100 a 5000 dollari. In pratica i giapponesi penetrano nei paesi cercando di ottenere la leadership in segmenti di mercato. Un altro esempio. In Indonesia, un'industria Usa aveva fatto un'offerta per costruire un cementificio. Hanno vinto i giapponesi. «Noi costruiremo la fabbrica, assumeremo per voi i dipendenti e li istruiremo, venderemo per voi il vostro cemento, costruiremo strade con il vostro cemento. In questo modo non si vende l'industria ma lo sviluppo globale, arricchendo il

Si entra si spiega alla commessa cosa si vuole avere. La signora si spaccia. Sì, si dice — però vorrei un colore diverso, e poi una cintura e accorciare la gonna così e così». E mentre parla lo specchio riflette l'abito che lei vorrebbe indossare. Alla fine stessa conclusione: la signora avrà il giorno dopo il suo abito creato esclusivamente per lei e modificato a suo piacere. E quanto a Padova, cosa significa, ad esempio, nel campo delle costruzioni, questa massima? Anche lì, le cose non sono molto dissimili. Si va dall'impresa che, a vostra richiesta, progetta la casa, così come piace a voi, e dopo una settimana il vostro prefabbricato arriva sul vostro terreno e nel giro di quindici giorni la famiglia entrerà nella nuova abitazione. «fatta su misura».

Alora, nel Giappone va tutto bene, e se va bene per loro, gli europei, gli occidentali come possono difendersi? E quanto a Padova si è cercato di capire «Dovete — ha affermato Kotler — fare dei prodotti a basso costo e innovativi rispetto alla concorrenza». Bisogna chiedersi «Come potrei migliorare quella penna a sfera e, se dovessi produrla, il mio cliente quanto vorrà spendere? E, inoltre, devo cercare di dare molto di più di quanto lui si attende. In modo da sorprenderlo. Ci sentirmi dire ma questo è stupendo, non me lo aspettavo».

Però ci sono anche dei problemi. In Giappone, lo yen sta diventando forte, la disoccupazione aumenta e contemporaneamente aumentano da parte dei lavoratori (una media di otto ore di lavoro al giorno per cinque giorni e mezzo) richieste nuove e si registra un invecchiamento della popolazione e, grosso pericolo, c'è la competizione coreana (una media di dieci ore lavorative al giorno). Sono tutti elementi di preoccupazione, per loro e di speranza per noi.

La risposta dell'Occidente non deve farsi attendere. In primo luogo, le aziende devono posizionare i loro prodotti e, come è detto, migliorarli continuamente, in rapida successione e, nel proprio settore, bisogna rendere ad essere leader o un «grande numero due». I governi inoltre possono erigere barriere doganali, rallentare le distribuzioni dei loro prodotti in Francia, ad esempio, i prodotti giapponesi confondono in un'unica sede dove, si fa per dire, ci sono soltanto due fun-

zionari che esaminano i permessi, controllano la merce, suscitando proteste a non finire da parte dei giapponesi ma «alutendo» in tal modo i produttori locali. Per Kotler, inoltre, è necessario riciclare i manager (la General Motors, ad esempio, ne aveva «eliminato» circa 10 mila) tenendo presente che in Giappone questi molto spesso vengono indirizzati alla forza vendita. Il miracolo giapponese, durerà ancora a lungo? Certamente per diversi anni, ma è insidiato da altri paesi orientali. La Corea del Sud, seguita da Taiwan, è diventata la più grande esportatrice di prodotti sportivi e per il tempo libero ed è il più grosso produttore mondiale di televisori. In bianco e nero. Sempre da Seul, inoltre, ci si attende un'invasione di piccole automobili in America ed in Europa. La Malaysia, da parte sua, sta correndo le posizioni di mercato giapponesi nell'industria pesante. Poi sarà l'India del «India e, nel Duemila, con molta preoccupazione è attesa l'entrata nel mercato mondiale della Cina. E gli italiani, cosa possono fare gli italiani? Sviluppare il loro design, unire la forma alla funzione, qualità, per il mercato Kotler, sarebbe l'arma vincente per noi. Sarà tutto vero? Alla vigilia dell'anno 2000 le carte sono ancora da giocare in tutto il mondo. A Padova nella città del Santo, non si è pensato al miracolo del futuro, come si usa dire, ci appartiene e bisogna lavorare per conquistarlo.

Giuseppe Muslin



Il made in Japan peraltro ha dei segreti. Il basso costo della manodopera, sussidi governativi, ma non basta ancora. C'è un management eccezionale, con decisioni rapide, con continue innovazioni del prodot-

to una finestra che la rendeva fastidiosa oltre che inutile.

4) I membri delle delegazioni ufficiali italiane avranno sicuramente partecipato alle riunioni della commissione italo-tedesca (due giorni di lavoro) e a qualche ricevimento, ma anche a tour turistici a Berlino, compresa una visita a Berlino Est, sempre accompagnati dal solerte funzionario dei Partecipati Statali che, assieme all'incaricato dell'Anice, avrebbe dovuto sovrintendere al funzionamento dello stand.

Ivo Grippo e Carmine Cianfarani si dicono d'accordo con me sul fatto che la finanza pubblica dovrebbe stanziare maggiori fondi per la promozione del cinema italiano all'estero. Deve esserci un equivoco. Se le iniziative sono di questo tipo o del genere della Settimana del Cinema Italiano tenutasi a Città del Messico in coincidenza con i Mondiali di Calcio dello scorso anno (!!!) allora si tratta di puro e semplice spreco di denaro pubblico. Se, invece, si facesse vera promozione, seriamente e professionalmente qualificata, allora le cose sarebbero diverse, molto diverse. UMBERTO ROSSI

## Dalle ore 20 alle 23 fino al momento del crollo psicologico...

Egredo direttore, ho appreso con molto piacere che Cossiga e altri alti esponenti dello Stato hanno partecipato il 24 marzo ad una manifestazione evocativa dei famigerati interrogatori e torture compiute da nazifascisti in via Tasso a Roma. È bene, specie per i giovani, fare conoscere e non dimenticare tutto questo.

Vorrei però aggiungere che è pur bene fare conoscere e non dimenticare altri interrogatori, di diverso tipo ma non di diversa violenza ed umiliazione, subiti nei vari Uffici personali, specie di grandi aziende che vogliono eliminare dipendenti, nella latitanza o impotenza del sindacato. E credetemi anche oggi si soffre e si muore per simili fatti.

Il mio caso non è unico, bensì seguito nell'arco di circa 20 mesi da altri 650 interrogatori singoli e pressioni psicologiche, che hanno portato al dimissionamento «volontario» di tutto questo personale, che si è così trovato sulla strada. Mi riferisco al caso dell'Ufficio personale del Gruppo Editoriale Fabbri di Milano dove, dalle ore 20 alle 23, da solo, ho dovuto subire l'interrogatorio e la «violenza psicologica» di 3 addetti ai lavori che, dopo il mio crollo, mi inducevano a firmare le dimissioni con, bonis bonis, una «partecipazione» (12 milioni) dopo 10 anni di onorato servizio e con mille raccomandazioni di non fare trapelare niente sulla stampa per il mio caso o quello dei 650 colleghi. Ed a 50 anni mi trovo da 3 disoccupato.

Invito a pubblicare questo perché la gente sappia ed impari a difendersi da simili individui e situazioni.

GIORGIO TRONCONI (Sesto S. Giovanni - Milano)

## La civiltà dei consumi arriverà a squilibrare il «principio di polarità»

Signor direttore, mentre questo disinvoltato «homo sapiens» cerca ad ogni costo di superare il principio di polarità, si presenta un problema di ingegneria. Il principio di polarità, in base al quale la contrapposizione degli elementi concorre al mantenimento dell'equilibrio naturale del tutto. Questa civiltà tempo per tempo seriamente tenta di «squilibrare» anche tale principio difatti vanno moltiplicandosi dovunque preoccupanti presupposti che determinano un'esistenza nella quale le perdite superano facilmente le guadagni. Il nostro è un'epoca di ogni guadagno, di ogni guadagno, di ogni guadagno.

Le storie sulle inaspettate capacità di adattamento dell'Uomo non mi convincono affatto, a causa dell'aumentata quantità e pericolosità dell'inquinamento prodotto in tempi sempre più serrati, che comunque difficilmente si consentono di essere ignorate. Insomma, quanto ci costa eliminare realmente a compiere uno sforzo almeno per indignarci e per impedire che questo consumismo e questa ideologia dell'apparenza ci facciano andar così fuori di testa da ridurre questo Pianeta in un sudicio, focolle ciro di Zombie? ANDREA BAUCHENSKY (Padova)

## Quello scambio di ostaggi

Caro Unità, ho letto l'articolo di Emanuele Macaluso in occasione del decimo anniversario della morte del compagno Emilio Sereni. Vorrei ricordare il periodo di detenzione di Sereni nel carcere nazifascista di Cuneo, autunno '44. La sua scarcerazione fu dovuta al compagno Francesco Scotti, «Augusto», allora capofila delle Brigate partigiane «Garibaldi», che propose lo scambio di ostaggi con un alto ufficiale della Wehrmacht, nostro collaboratore, catturato precedentemente in una azione di guerriglia.

Ci pare interessante da parte nostra, compagni ex partigiani garibaldini delle Langhe, ricordare questo scambio di ostaggi con un alto ufficiale della Wehrmacht, nostro collaboratore, catturato precedentemente in una azione di guerriglia.

GIOVANNI ROCCA già comandante la IX Divisione «Garibaldi» (Canelli - Asti)

## Condotta per quattro anni da Licia Conte

Caro direttore, in merito alla lettera di protesta firmata da cinquanta donne per le recenti nomine in Rai pubblicata dall'Unità il 15 marzo, della quale condivido obiettivi e argomentazioni, consentimi una precisazione. Diversamente da quanto nella lettera si afferma, la trasmissione «Noi, voi, loro donna», dal '78 all'81, venne programmata e condotta da Licia Conte.

Considero doverosa la precisazione non solo perché in quegli anni ero consigliere di amministrazione della Rai e posso testimoniare quanto qui affermo, ma anche perché non vorrei che venissero sottovalutati — proprio quando si parla di lavoro e diritti delle donne — il lavoro e i meriti di una di loro.

GIUSEPPE VACCA (Roma)