

L'inchiesta

Voci dalla resistenza femminile



**Pensare l'impossibile
Donne che non si
arrendono**

Anaïs Ginori

Pr. di Concita De Gregorio

pagine 154, euro 14,00

Fandango

■ **Storie di donne che non si arrendono al ritorno brutto del maschilismo in Italia. Attraverso le loro parole e le loro esperienze, l'autrice disegna una mappa della resistenza, si confronta con le cause dell'arretramento, dalle battaglie degli anni Settanta al corpo delle donne vilipeso e negato di oggi. Con interviste a Emma Bonino, Miriam Mafai, Ida Dominijanni, Luisa Muraro, Lorella Zanardo, Emile-Etienne Baulieu, Chiara Saraceno, il regista porno Andy Casanova e altre/i.**

della donna non va bene!»

«Ma è reale!»

«Non voglio sentire altro. È SBAGLIATO. Io voglio una donna diversa. Le donne non sono mica queste! Le donne lavorano, tornano a casa e poi quando arrivi e apri la porta... beh, che c'è di più bello che trovare tuo marito che t'aspetta coi bambini? Questa è una donna vera! Niente è più bello che tornare a casa e trovare tuo marito che t'aspetta».

Sì, magari sul divano coi piedi sul tavolino mentre guarda la tv, i pargoli ti devastano casa e tu pensi che lui non muore mica se per una volta nella vita prepara la cena.

«La gioia dei figli! Io voglio una cosa così! La freschezza, la normalità! Va in bagno, si rinfresca. Io voglio questi valori!»

Da qui si riparte. Film con donna che esce dal lavoro, prende i mezzi, torna a casa. Apre la porta e le si spalancano il magico mondo delle meraviglie: due figli, maschio e femmina, e il marito che l'accoglie sorridente prima che lei vada a farsi il bidet. Andiamo in test con quello. E il test lo bocchia: le donne non ci si riconoscono.

Per fortuna.

Questo però vuol dire che si riparte di nuovo. Su un altro prodotto. Igiene intima, target giovanissimo, detergente che dà estrema freschezza. Quasi glaciale. Ok. Lo spot: una barista che lavora in un lounge bar.

È una piuttosto aggressiva e decisa: lavora per mantenersi gli studi, per non pesare sui suoi genitori. È una che, proprio per il suo mestiere, ha la possibilità di conoscere e frequentare numerosi ragazzi. Usa il prodotto super fresco perché le piacciono le sensazioni decise. Non è una da vie di mezzo.

Infatti durante quella stessa serata ammicca a uno. Stacco. Il giorno dopo la vediamo correre fuori di casa in ritardo, assennata, ma non prima di aver cacciato lui dall'appartamento mettendogli i vestiti in mano di corsa.

Silenzio dopo la presentazione.

«Secondo me manca il sorriso... è poco luminosa...»

Si toglie la notte. Deve essere diurno. E si deve vedere di più il bagno di casa. Si cominciano a tagliare secondi di descrizione sul personaggio di lei. Addio indipendenza, addio alla poesia del «vivo in un monolocale ma almeno è mio», addio al carattere deciso.

Ripresentiamo.

«Ragazzi, che ve lo devo ancora ripetere? Il bagno! Il bagnooo. È un detergente intimo! Questa sta sempre al bar!»

No. Al lavoro. Come la maggior parte delle donne.

Alla terza presentazione la vogliono vedere in bagno e basta. Quello di casa. La protagonista diventa una asociale che passa la vita al cesso. Lasciamo almeno le fo-

Gli stereotipi

**No libera, no sola,
no più di un uomo,
no senza figli...**

to di lei sul mibileto del bagno per far capire che è una barista, che lavora, che non è miss nessuno. Ma reputano lo spot ancora troppo descrittivo su di lei e poco sul prodotto. Bisogna lavorare di più sull'assoluta freschezza.

Alla quarta presentazione lei è morta. Rimane solo questa femmina che si aggira per pochi secondi in sala, e poi per il resto in bagno, felice e gioiosa di farsi un bidet ghiacciato.

Ripresentiamo lo spot così.

Niente parole intelligenti. Niente orgoglio. Niente indipendenza, niente carattere forte.

La femmina è gioia di lavarsi, grandi sorrisi e moine in macchina. Chi sia, cosa faccia, cosa possa pensare non importa.

«Finalmente mi ci riconosco!»❖



La cronaca per immagini In mostra i fotografi italiani vincitori del World Press Photo

■ Francesco Zizola, Ernesto Bazan, Pietro Masturzo, Dario Mitidieri, Angelo Turetta, Francesco Cito, solo per citare i nomi più noti. Ci sono tutti, o quasi, i grandi fotografi italiani vincitori del World Press Photo, universalmente conosciuto come il più importante premio di fotografia internazionale del mondo.

A riunire per la prima volta le foto a cui è stato riconosciuto questo premio è una mostra organizzata alla 10b photography gallery. Si intitola *Testimoni del nostro tempo - I fotografi italiani premiati dal World Press Photo* a cura di Daniele Protti, il direttore del mensile *l'Europeo* e si inaugura domani alle 19 a Roma, in Via San Lorenzo da Brindisi 10/b, dove rimarrà fino al 31 maggio. Dal 1955 al 2010, sono 47 i fotografi italiani che si sono distinti nella competizione, con un totale di 74 differenti premi, tra cui il World Press Pho-

to of the year, riconoscimento vinto da Zizola nel 1996 e da Masturzo nel 2009.

Una ghiotta occasione per vedere da vicino reportage drammaticamente indimenticabili: quelli di Zizola sulle conseguenze delle mine in Angola e sui «bambini randagi» in Brasile, quello da Cuba di Bazan o il lavoro di Mitidieri sulle fosse comuni nell'Iraq di Saddam Hussein. Le immagini qui sopra sono un assaggio. Dall'alto in basso: Francesco Zizola, «Angola, Landmine victims in Kuito», foto dell'anno nel 1996; Dario Mitidieri, «Iraq, a woman at the site of a mass grave near Al-Mahawil» terzo premio nel 2003; Stefano De Luigi, «Argentina, Actress Martina Gusmán on the set of the film *Leonera*», secondo posto nel 2007; Ettore Malanca, «Marius plays being a grown-up by pretending to make a telephone call», terzo premio nel 1998.❖