



LETTERE APERTE

Una studiosa di origini islamiche

L'autrice

Marnia Lazreg, professore di Sociologia presso l'Hunter College of the City University of New York, si occupa di sviluppo, geopolitica e questioni di genere legate all'Islam.

Attraverso una puntuale ricostruzione storica e colloqui con le donne che quotidianamente indossano il velo, Marnia Lazreg ci offre in questo libro - «Sul velo. Lettere aperte alle donne musulmane» - gli argomenti per rispondere senza pregiudizi a questi interrogativi: in Occidente è malvisto, in Francia addirittura vietato, il velo delle donne musulmane suscita violente prese di posizione, per questo va osteggiato? Perché simbolo del fondamentalismo e dell'oppressione femminile nei paesi islamici? È davvero così?



Una donna che indossa il velo

DONNE VELATE DONNE SVELATE: LIBERE O OPPRESSE?

Anticipiamo ampi stralci della prefazione di Concita De Gregorio e Nicla Vassallo al libro di Marnia Lazreg, che spiega i pro e i contro del velo. Ma sia in Oriente che in Occidente discriminazioni e ostacoli non sono così diversi

**CONCITA DE GREGORIO
E NICLA VASSALLO**

Difficile esprimersi sui diversi codici d'abbigliamento. Si pensi al secolo dei Lumi, alla rilassatezza di alcuni costumi, alla vistosa estrosità delle acconciature, alle scollature vertiginose, che mostravano senza ritegno i capezzoli (purché non ai servi), accompagnate però da lunghe gonne. Codici d'abbigliamento così prepotenti da ottenere un buon risalto in pagine e pagine della migliore letteratura inglese, quella vittoria-

na, in cui la cosiddetta «dress culture» procede di pari passo con le «New Women». Già, in quei secoli non ci si trovava in regimi democratici! Oggi, invece, nei nostri stati, per recepirsi «vere» donne, le occidentali sagomano le proprie forme, con guaine, corsetti, bisturi, soprattutto bisturi, fantasticandosi una Beyoncé, una Jennifer Lopez; comprano chili di leggerissima lingerie, in beffa alla crisi economica, ma leggono pochi libri; ostentano ogni parte del corpo, quale unica esca con cui prendere all'amo il desiderio maschile (sessuale o intellettuale); si interrogano se dopo i quarant'anni gli short siano convenienti, sconvenienti,

con quali altri capi abbinarli. Questi short «vecchi» e al contempo noti grazie allo slogan di una campagna pubblicitaria del 1973, e un Pier Pao-

Per vestirsi e svestirsi
Occorre pure la mente,
la propria,
non quella altrui

lo Pasolini, sempre acuto su un'Italia «tappezzata di manifesti rappresentanti sedersi con la scritta «chi mi ama mi segua»» in cui «tra l'«Jesus» del Vaticano e l'«Jesus» dei blue-jeans, c'è