

LE DONNE E LA TRAPPOLA DEGLI STEREOTIPI

**Anna Paola
Concia
Loredana
Lipperini
Eliana Frosali
Zauberei**



Cara Rigotti, venerdì sera l'Unità stava sopra il tavolo di un ristorante simpatico, aperto alla pagine del suo articolo, mentre sotto al tavolo quattro paia di scarpe diverse battevano i talloni ognuno a suo modo. C'erano delle scarpe da ginnastica molto nervose, c'erano dei mocassini molto contenuti, un paio di sue amatissime scarpe comode ugualmente inquiete, dei tacchi dodici - con anche il plateau sa - in effetti fermi, ma fermi come son fermi i tacchi delle donne quando stanno pensando. E sopra il tavolo c'erano dei capelli e dei rossetti - alcuni erano lunghissimi riccioloni e selvatici, altri erano messimpiegati perfetti e profumati, certi argentei e attenti, certi borghesemente raccolti in uno chignon. Naturalmente tra la quaternaria dei capelli e l'albo delle scarpe, c'erano corpi e vestiti, nei dettagli dei quali lei certamente si perderebbe, mentre ai cervelli, signora Rigotti cara, mi sa che non avrebbe prestato troppa attenzione: le sarebbe bastato annotare e secondo i luoghi comuni della versione adolescenziale della destra - più o meno quella che si orecchia all'uscita di scuola dei nostri figli - correlare il "look" di d'agostiniana memoria con idee e sentimenti. Tacchi uguale femmina scema, scarpe comode uguale donna pratica. E poi capelli sciatti uguale donna vera, capelli di parrucchiere femmina

finta, con le donne vere che pensano al sacro amore per la patria e l'urgenza della crisi, mentre quelle col rossetto e i tacchi dodici - invece niente, so' femmine, ossia: dedite solo alla seduzione e alla concupiscenza. Femmine, ossia non distinguibili dalle altre bestie del creato se non per il potenziale strategico nell'uso del piummaggio. La questione invece è un'altra, perché noi da cittadine, sia nel ruolo attivo di fornire comportamenti e pareri da giudicare, sia nell'essere soggetti che giudicano i comportamenti e i pareri di altre persone, consideriamo primari altri parametri, in specie quando l'arena è quella politica: ossia io soggetto politico che propone politica voglio essere giudicata per le idee che propongo, e io soggetto politico che giudica la politica voglio giudicare le idee che vengono proposte. Scrivere di donne in politica e recensire le loro performance in una trasmissione televisiva di informazione riproponendo questi vecchi luoghi comuni suona sessista e populista.

Davvero se la donna è seria allora è sciatta e se è curata allora è superficiale? Una seria riflessione intellettuale farebbe cenno al pensiero e ai discorsi fatti, schiacciati invece, per la donna di destra citata, in uno stereotipo di femminilità seduttiva e non cerebrale. Come sempre dunque si obbligano le donne a essere qualificate con lo sguardo dei vecchi maschi: senza poter prescindere da cosa fanno del loro corpo ma prescindendo volentieri su cosa fanno della loro testa. Femmine o donne, a quel punto la differenza è speciosa. ❖

WEB: QUANTO VALE LA REPUTAZIONE

**SALVA
CON NOME**

**Carlo
Infante**
ESPERTO
PERFORMING MEDIA



Si parla sempre più di *reputation capital*, ovvero di quella reputazione personale che ciascuno di noi porta con sé nella rete attraverso il cosiddetto personal publishing, nei forum, nei blog, nei social network. Il web 2.0 ha ormai stabilizzato un fenomeno che sembrava particolare qualche anno fa e che ora, con il successo di facebook ha traciato, rendendola ordinaria. In questo volume di informazione soggettiva c'è un valore, ma va estratto ed individuato con un ragionamento. Si pensi che *reputation capital* è un termine utilizzato per il mondo delle imprese nella fase delicata della loro quotazione in borsa, è un valore preciso: sposta attenzione, credito finanziario. Proviamo ora a tradurlo nell'ambito delle relazioni sociali. Nel web ciò acquista evidenza nel momento in cui il traffico delle informazioni è sempre più correlato alla soggettività delle persone, tant'è che la propria reputazione è dettata sia dalla produzione diretta d'informazione ma anche dal semplice sostegno. Una firma a una petizione on line o il banale "mi piace" di facebook, lasciano il segno.

Il fatto è che questo fenomeno si sta alimentando da sé: in molti hanno capito che attraverso pochi gesti si può accrescere la propria reputazione, acquistando una credibilità

da tradurre in valore alla prima buona occasione. Si sta esplicitando come qualcosa che fa curriculum, un riconoscimento implicito, come d'altronde è quello che si ottiene da qualsiasi altra comunità che ti "tagga" quando frequenti certe feste, o convegni o cerimonie.

Ma quello è solo il primo livello, basso basso. Ciò che definiamo *reputation capital* si articola su un sistema di fiducia che scandaglia i sedimenti informativi prodotti nel web per valutare il profilo di quell'utente e condizionare un orientamento selettivo. Secondo Hassan Masum and Yi-Cheng Zhang autori del "Manifesto per la Reputation Society", questo sistema di valutazione potrebbe avere un'utile funzione di mediazione sociale in quanto limiterebbe i comportamenti socialmente riprovevoli e premierebbe i comportamenti positivi.

Google ha recentemente attivato il servizio "Me on the web", proprio per sondare ciò che gli altri dicono di noi. La questione è cruciale perché la rete cattura, ascolta e non dimentica. Tant'è che si inizia a parlare di "diritto all'oblio" per dare la possibilità, per via legale, di rimuovere da internet ciò che si considera sconveniente. Di questo si parlerà all'Internet Governance Forum Italia che si svolge a Trento fino al 12 novembre,



in un incontro che vedrà l'intervento di Lucio Picci, autore del libro «Reputation-Based Governance». ❖

ACCADDE OGGI

l'Unità 10 novembre 1991

Muore Montand Scriva Strehler

Giorgio Strehler inizia così, sulla prima pagina del 10 novembre '91, il ricordo di Yves Montand: «Con lui parlavamo in francese ma ogni tanto Yves infilava nel discorso qualche parola italiana con uno strano accento toscano, livornese direi. Lo faceva per affetto, per dimostrare a me e a se stesso che non aveva dimenticato le sue origini».

Maramotti



l'Unità

Quotidiano fondato da Antonio Gramsci nel 1924

DIRETTORE RESPONSABILE
Claudio Sardo

VICEDIRETTORI
Pietro Spataro, Rinaldo Gianola, Luca Landò
REDATTORE CAPO Paolo Branca (centrale)
Daniela Amenta, Fabio Luppino,
Umberto De Giovannangeli
ART DIRECTOR Loredana Toppi
PROGETTO GRAFICO Cases i Associats

NUOVA INIZIATIVA EDITORIALE SPA
via Ostiense, 131/L - 00154 Roma

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE:
PRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO
Fabrizio Meli

CONSIGLIERI
Eduardo Bene, Marco Gulli