

# Project Work Analogico 2017-2018: UNA SOCIETÀ "coSTRETTA"

A cura di: Eloisa Pellegrino, Andrea Ruggio, Eleonora Sini, Chiara Spagnuolo e Marco Taras

Il quadro "Giuditta e Oloferne" di Caravaggio ritrae l'episodio biblico in cui la giovane vedova ebrea Giuditta è intenta a tagliare la testa del comandante dell'esercito Assiro, Oloferne, per salvare il proprio popolo dall'invasione straniera. Giuditta si serve della sua bellezza per conquistare il condottiero dell'esercito nemico, riesce a farsi invitare nella sua tenda e a farlo ubriacare, dopodiché, appena l'uomo si addormenta, lo decapita con la sua stessa scimitarra. All'estrema destra del dipinto, vi è la figura di un'anziana donna, una serva, che assiste alla scena cruenta e sembra quasi incitare la giovane. Al di là dell'episodio a cui assistiamo, andando ad analizzare più da vicino la figura di Giuditta, ci accorgiamo come dal suo sguardo traspaia la riluttanza che ella prova nel compiere il gesto estremo. Quasi sicuramente lei avrebbe preferito trovarsi in un altro posto, lontano da lì, ma poiché è la Società a domandarglielo, mandante ben più grande di lei, Giuditta non può sottrarsi al suo destino e deve macchiarsi di questo crimine per la salvezza e la libertà del suo Popolo.

Oggi così come ieri, la società chiede, la società impone. Spesso spingendoci a tarare le nostre emozioni e le nostre personalità su un comune denominatore, trasformandoci in "una Giuditta", che noi ne siamo consapevoli o meno. Gli interrogativi che sorgono quindi sono: cosa ci viene chiesto ogni giorno? Cosa ci viene imposto?

È così che è nato il tema del filo conduttore alla base del nostro progetto: una società "costretta".

Il termine *costretta*, nella nostra accezione, ha un duplice significato: da una parte si riferisce ad una società che ci fa sentire stretti, limitati e non liberi di pensare, parlare, agire come vorremmo; dall'altra ci riporta ad una società che ci costringe a comportarci in un determinato modo. Basta fermarsi a riflettere un attimo: nella vita di tutti i giorni sono molte le sfere (personale, sociale, professionale, etc.) in cui le nostre azioni non sono sempre e solo il frutto delle nostre scelte. Al contrario, spesso prendiamo delle decisioni dettate dal bisogno di adeguarsi, di sentirsi accettati, di sottostare a regole comuni, molto spesso non scritte ma comunque radicate in una mentalità che ci porta sempre più ad ignorare la nostra coscienza personale a favore di una coscienza collettiva. Insomma al nostro gruppo è sembrato che in fin dei conti *c'è una Giuditta in ognuno di noi*, solo che oggi anziché teste si tagliano personalità, libertà di pensiero ed espressione, famiglia, lavoro. Da questi presupposti è partita la riflessione che ci ha portato ad esplorare alcune delle tematiche in cui può essere declinato il nostro concetto di "società costretta":

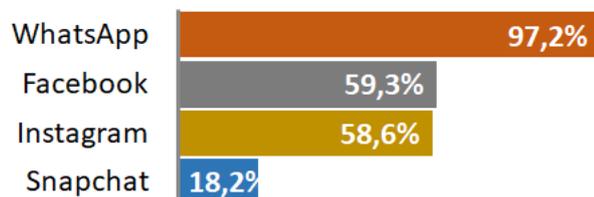
- **social network;**
- **terrorismo ed atti estremi;**
- **costrizioni del branco;**
- **donne sul lavoro;**
- **moda ed estetismo.**



Giuditta e Oloferne dipinta da Caravaggio

## I social e i comportamenti

Internet e i social network oggi occupano quasi tutto il tempo libero delle nostre giornate, soprattutto se apparteniamo alla generazione dei “*millennial*”.



Di solito ci si crea un account per curiosità o per emulazione. I social e Facebook soprattutto, esistono grazie al fatto che chi lo utilizza si costruisce delle “carte d’identità” virtuali, riempiendo gli appositi form con informazioni relative alla propria vita. Tramite queste informazioni si possono cogliere desideri, ossessioni, gusti, orientamento politico, sessuale,

religioso, etc. In Italia le persone che utilizzano maggiormente tali piattaforme hanno un’età compresa fra i 14 ed i 23 anni; il tempo medio passato su esse è di circa 700 minuti al mese, e vengono postate in media 250milioni di foto al giorno! Le foto pubblicate entrano a far parte del database dei social, e rimangono “conservate” lì anche se decidiamo di cancellarle dal nostro profilo.

Una recente inchiesta condotta in Francia ha rivelato che <<il buonumore postato dai nostri amici su Facebook contribuisce a renderci di cattivo umore>>. Questo perché visualizzare momenti felici vissuti da persone che ci circondano può contribuire ad una svalutazione morale dell’individuo che rimetterà in discussione il proprio benessere.

I social network costituiscono un’arma a doppio taglio, presentano cioè dei vantaggi e degli svantaggi.

I social sono potenti strumenti di (vantaggi):

- Comunicazione;
- Informazione;
- Riavvicinamento: ritroviamo amici perduti o lontani, compagni di classe, parenti oltreoceano;
- Condivisione e diffusione: durante la primavera araba del 2011, i suoi attori riuscirono a rovesciare 3 governi comunicando grazie ai social;
- Valorizzazione: possono contribuire a rinforzare il proprio ego;
- Relazionali.

Svantaggi:

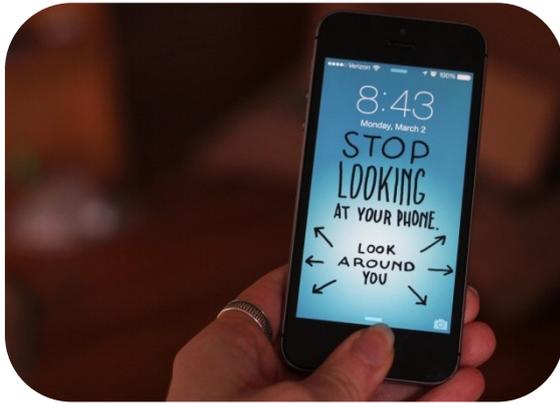
- Intimidazione;
- Vendetta;
- Pedofilia;
- Vita privata: pensate ad esempio a coloro che hanno subito furti in casa dopo aver annunciato in pompa magna su Facebook un viaggio alla canarie;
- Vita professionale: sono dei potenti mezzi sia per i “cacciatori di teste” sia per i “tagliatori di teste”;
- Cybercriminalità.

I social quindi possono essere un trampolino di lancio per la gloria (basti pensare a quegli artisti divenuti famosi grazie alla diffusione dei loro video su internet) o, al contrario, condurre alla decadenza della propria personalità, fino ad arrivare a mietere vere e proprie vittime del web (secondo uno studio dell’università di Oxford tra le ricerche più gettonate tra i giovanissimi spiccano istruzioni per autolesionismo e suicidio). D’altronde non è un segreto per nessuno che la legge ha parecchie difficoltà a farsi rispettare sul web.

La causa dei problemi legati allo scorretto utilizzo dei social comincia dalla nostra dipendenza da essi. Una connessione permanente ai social può rendere l’individuo meno “sociale”, creare dei conflitti e rendere paranoici; ancora, l’uso della parola scritta può creare più malintesi della parola pronunciata.

In particolare sono stati evidenziati 5 modi con cui i social sembrano influenzare il nostro comportamento:

- siamo coscienti di perdere il nostro tempo, ma continuiamo a navigare;
- abbiamo sempre paura di perderci qualcosa: **FOMO** = Fear of Missing Out, è il nome della sindrome caratterizzata dall'ansia relativa al fatto di perdersi un evento, un'interazione, etc.
- tendiamo a dare più confidenza ai nostri "amici" virtuali che a quelli reali;
- possiamo diventare una persona differente da quella che siamo nella realtà;
- ci facciamo influenzare dagli altri e influenziamo a nostra volta.



Per concludere, la potenza dei media e dei social network nella nostra società si traduce nella loro capacità di fissare il nostro modo di pensare: dalle idee, alle abitudini, fino alle emozioni. Sono diventati in qualche modo i “giudici della verità”, decidono quello che è giusto, quello che non è giusto, quali sono gli avvenimenti importanti e significativi nel mondo, etc. La società consumista e individualista nella quale cresciamo contribuisce ad aumentare l’influenza dei media. È per questo che **risulta essenziale che l’individuo nutra il suo spirito critico e la sua capacità di analizzare l’informazione e moltiplicare i canali che utilizza per informarsi.**

## **Terrorismo e Social: Come le organizzazioni terroristiche ci inducono ad azioni estreme**

Dal fenomeno dei Social ci si sposta al fenomeno del terrorismo che, associato ad una moltitudine di mezzi di comunicazione, può influenzare i comportamenti degli individui nell'attuare azioni estreme come gli attacchi suicidi e gli attentati terroristici.

Per questo si è voluto esaminare il modello di reclutamento di quello che viene chiamato Stato Islamico (ISIS): un'organizzazione estremista ispirata al credo Wahabita, una forma rigida del sunnismo che insiste sull'interpretazione letterale del Corano. L'ISIS controlla un territorio compreso tra Siria e Iraq e svolge le stesse funzioni di uno stato, come riscuotere le tasse, offrire servizi, possedere un budget e moneta propria, comunicare attraverso Social Network, Televisione e Internet e in particolare esercitare il potere “legittimo” della violenza.

Il Reclutamento dello Stato Islamico si basa sul **processo di radicalizzazione** inteso come il meccanismo attraverso cui gli individui cambiano i loro atteggiamenti, adottando un comportamento potenzialmente deviante, legato a un'ideologia radicale o estremista. Lo scopo dell'ISIS è utilizzare la violenza per raggiungere degli obiettivi di tipo sociale, politico o di destabilizzazione del contesto nel quale operano.

Un censimento dell'**International Center for Counter Terrorism** commissionato dall'Unione Europea ha evidenziato che nel periodo 2011 - 2015 sono partiti per la Siria tra 3.922 e 4.294 *foreign fighters* di cui circa 2800 da Belgio, Francia, Germania e Regno Unito e solo 87 dall'Italia. Si è stimato che la percentuale di combattenti di origine Occidentale convertiti all'Islam prima di partire per il Medio Oriente oscilla tra il 6 e il 23%.

Le strategie di reclutamento si diversificano in diverse aree a seconda degli obiettivi scelti: l'impiego dei **Social Media** consente di radicalizzare e reclutare potenziali sostenitori mediante la tecnica dello story telling, secondo cui i combattenti si raccontano in diretta dal campo di battaglia, seguendo una modalità coinvolgente e soggettiva di rappresentazione, che favorisce i comportamenti virali imitativi alla base del reclutamento. La scelta di non utilizzare immagini violente in questa comunicazione permette di evitare la censura dei media Occidentali.

Nel 2014 è stata messa in risalto la **comunicazione dell'orrore** con la diffusione dei video in cui veniva ripresa la decapitazione dei reporter americani James Foley e Steven Sotloff e di quelli che avevano come protagoniste le vittime causate dai bombardamenti della coalizione Internazionale, con l'intento di suscitare sgomento nel pubblico Occidentale.

È così che viene applicata la **strategia della comunicazione emozionale**, attraverso un sistema della **doppia radicalizzazione**: nella prima il Califfato vuole identificare nei cittadini europei dei potenziali nemici; nella seconda invece mediante immagini si va a stimolare una reazione violenta nel pubblico occidentale, con lo scopo di destabilizzare.

La comunicazione dell'ISIS punta inoltre ad alterare l'immagine del Califfato fornita dai media Occidentali attraverso la tecnica dell'**informazione e contro informazione**, effettuata con telecronache in cui parla l'ostaggio britannico John Cantlie: si vuole promuovere uno Stato con un buon tenore di vita nonostante i combattimenti in corso e i danni e morti civili causati dalla Coalizione Internazionale.

Il processo di indottrinamento avviene in una diversità di contesti tale per cui spesso vengono utilizzati degli approcci personalizzati. Nei tentativi di reclutamento terminati con successo, si tende a fare leva sulla **matrice psicologica** dove i soggetti rispondono in maniera **differenziata** in base al **tipo di messaggio veicolato**.

Uno studio del Centro di prevenzione contro le derive settarie dell'Islam (Cpdsi) ha messo in evidenza alcuni pattern d'influenza propagandistica in base al tipo di contenuto e alle caratteristiche del destinatario. I risultati dell'analisi hanno permesso di notare che **individui** affetti da **ansia e/o depressione** sono particolarmente sensibili a **messaggi dalla forte portata dottrinale**, in grado di smorzare l'incertezza sul futuro tramite la presentazione di un sistema di vita con pochi e chiari valori.

Molto simile è il caso di **soggetti cresciuti in famiglie eccessivamente tolleranti o atee**: questi individui sono più **propensi** a trovare **conforto in messaggi** che, contrariamente al loro contesto familiare, danno **nette regolamentazioni dottrinali**.

Per **soggetti che soffrono invece di esclusione sociale o difficoltà d'integrazione**, possono risultare molto potenti le **promesse e le prospettive di una vita più semplice**, che permetta di **accedere** in maniera **immediata** a posizioni d'élite, ribaltare i rapporti di forza con gli altri soggetti e ridurre di conseguenza gli sforzi necessari a svolgere una vita socialmente appagante.

L'indottrinamento e la propaganda dello Stato Islamico si è tradotta nel compimento di una serie di attentati terroristici in Occidente che sono cominciati nel 2015, anno dell'attentato alla sede del giornale Charlie Hebdo a Parigi, in cui furono assassinati 12 civili. Gli attentatori erano i fratelli Kouachi, due cittadini francesi di origini algerine che prima dell'attentato avevano trascorso un periodo di addestramento in Siria. Si ritiene che il loro indottrinamento sia dovuto dall'attivismo in moschea e su internet.

Sempre a Parigi ebbero luogo gli attentati del 13 Novembre 2015, dove un commando di attentatori di almeno 10 persone compì 6 attacchi dislocati in diverse parti della capitale. I morti civili furono 130. Almeno 2 membri del commando venivano dai campi d'addestramento della Siria.

Nella notte tra l'11 e il 12 giugno 2016 a Orlando (USA) Omar Seddique Mateen, americano 29enne di origini afgane fece fuoco in un locale gay uccidendo 59 persone e ferendone 53.

Il 19 Dicembre 2016 a Berlino un autoarticolato si lanciò sulla folla presente al mercatino di Natale provocando 12 morti e 56 feriti. L'attentatore era Anis Amri, un tunisino giunto in Europa nel Febbraio 2011, che dal 2016 si era convertito all'Islam più radicale dopo aver conosciuto degli affiliati in Germania.

Tipologia (e prodotti)	Target	Obiettivo	Strategia	Medium preferito
Social Media (FB, twitter, ecc.)	Potenziali sostenitori, radicali islamisti, ecc.	Radicalizzazione, reclutamento	Promuovere comportamenti virali e imitativi; <i>story telling</i>	Piattaforme social
Comunicazione dell'orrore (le decapitazioni)	I nemici del califfato, pubblico occidentale ampio	Terrorizzare e minacciare	Mostrare la brutalità della morte, promuovere reazioni affettive	Video
Contro-informazione (Cantlie: Lend Me Your Ears e reportage)	Pubblico occidentale competente e interessato	Promuovere il dibattito su IS insistendo sui temi critici dell'agenda pubblica occidentale	Realizzare contro narrative: ricontestualizzazione dei contenuti nella prospettiva di IS	Video
Informazione (Islamic State News e brochure diverse)	Famiglie di (potenziali) sostenitori; pubblico occidentale critico all'intervento contro IS	Normalizzare: diffondere notizie che evidenziano la normalità della quotidianità nel califfato	Realizzare contro narrative: ricontestualizzazione dei contenuti nella prospettiva di IS; promozione della normalità della vita nel califfato	Pdf
Magazine, Ebook ( <i>Dabiq, Inspire</i> , ecc.)	Membri di IS soprattutto <i>foreign fighters</i> ma anche audience occidentale competente	Chiarire e indirizzare sul piano politico, teologico e tattico	Utilizzare un medium "tradizionale" e una pluralità di strategie	Pdf
<i>Gamification</i> (Grand Theft Auto: Salil al-Sawarim)	Giovani digitali, non solo islamisti	Socializzare con il califfato e IS	Utilizzare il gioco come veicolo di socializzazione e normalizzazione	Gioco in rete
Convergenza (Khilafalive, gamification,...	Distribuzione di tutti i temi già utilizzati dalla comunicazione di IS, rivolgendosi a un pubblico ampio, che troverà "ambiti di nicchia" propri per lingua e orario di programmazione			Web TV

Sintesi delle strategie comunicative dello Stato Islamico ("Twitter e Jihad: la comunicazione dell'ISIS" a cura di Monica Maggioni e Paolo Magri, Edizioni Epokè 2015)

Già da diverso tempo e fino a pochi giorni prima dell'attentato dalla Siria erano state inviate direttive per effettuare attentati in Occidente e nel resto del mondo.

Facendo alcune considerazioni si può dire che il Terrorismo influenza la mentalità degli individui con l'uso dell'informazione, veicolando la sua ideologia fino al compimento di attacchi suicidi e attentati terroristici.

Per concludere è da sottolineare come la nostra società, contestualizzata:

nella famiglia come modello di crescita della persona;

nella religione come insieme di credenze e riti che coinvolgono l'essere umano;

nell'economia come organizzazione di risorse atte a soddisfare i bisogni individuali o collettivi;

nell'integrazione e nel razzismo come processi sociali che influiscono nei rapporti interpersonali;

possa fungere essa stessa da terreno fertile nel processo di cambiamento delle persone.

## Le costrizioni del branco

In questa ottica di cambiamento delle persone la società in cui viviamo pone le esigenze di convivenza, di socializzazione, di omologazione a regole comuni, in primo piano rispetto alla sensibilità personale. L'omologazione ci rassicura e anche se si parla continuamente di "libertà", una reale libertà non è che esista. Come diceva W. Goethe "Nessuno è più schiavo di colui che si ritiene libero".

Le fonti di informazione riportano sempre più frequentemente che ragazzi normali rubano, violentano, massacrano, con la sola motivazione della ricerca del divertimento e di un modo diverso di passare il tempo. Non si tratta di criminali di professione, ma di adolescenti che hanno avuto la sfortuna di conoscere amici per così dire vivaci e che si sono lasciati coinvolgere nel formare una "banda". Quando si struttura un **branco** avviene che un gruppo di giovani oltrepassa il limite della trasgressione per arrivare a commettere reati.

**Quando si è incapaci di sentirsi forti da soli, si diventa criminali in branco.**

In questo contesto si riscontrano i comportamenti autolesionistici degli adolescenti, dovuti al timore di aggressioni da parte dei propri compagni per aver tradito il gruppo, o la tendenza al gioco patologico favorita dall'aggregazione di gruppi in sala giochi.

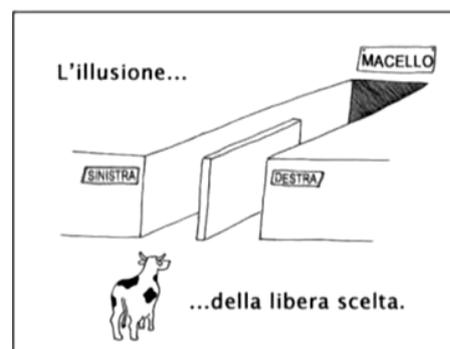
E' importante però distinguere tra **gruppo**, come modalità di aggregazione in cui si esprimono le più importanti dinamiche relazionali ma non si perde la coscienza individuale, e **branco**, aggregazione tipica degli animali in cui i singoli agiscono con modalità dettate dall'istinto. Sia nel gruppo sia nel branco l'organizzazione prevede la presenza di un capo, che nel gruppo riveste il ruolo di autorità, mediatore di conflitti ed elemento organizzatore. Nel branco il vero leader spesso organizza e guida l'azione, ma si trattiene dal compierla, mostrando con ciò di non dover provare nulla al gruppo.

Tra i recenti episodi di grave violenza si segnalano, ad esempio, l'incendio dell'extracomunitario addormentato su una panchina nell'atrio della stazione di Nettuno, lo stupro mortale ai danni della piccola Grazia Mansi compiuto ad Andria (Bari), il lancio di sassi dal cavalcavia di Alessandria, sull'autostrada Piacenza - Torino, che causò la morte di una giovane donna.

Nessuno avrebbe il coraggio di compiere un gesto simile da solo. Il timore di rappresaglie, ma anche la prospettiva di essere rifiutato dagli amici e quindi emarginato, rende altamente improbabile la dissociazione, la quale richiederebbe di manifestare con forza la propria **personalità**.

La ricerca del gruppo è una tappa fisiologica dello sviluppo evolutivo del soggetto, ma quando si muove dalla fase di gruppo a quella di banda, ovvero "un'aggregazione patologica", il passaggio all'azione si trasforma in violenza e diventa un messaggio che realizza il **bisogno di riconoscimento e di appartenenza** al gruppo.

È in questa logica che si inserisce il fenomeno del bullismo. La vittima di bullismo è il **ragazzo considerato differente dai suoi coetanei**: 4 minori su 10 sono stati testimoni di atti di bullismo verso coetanei percepiti «diversi» per l'aspetto fisico (67%), per orientamento sessuale (56%), per l'abbigliamento non convenzionale (48%), perché disabili (31%), o stranieri (43%).





Secondo l'ultima indagine ISTAT del 2015, in Italia un adolescente su due ha subito atti di bullismo e uno su cinque ne è vittima assidua. Numeri preoccupanti anche per la loro frequenza: in un caso su 10 gli abusi si ripetono ogni settimana. In particolare, il 16,9% degli 11-17enni è rimasto vittima di atti di bullismo diretto, ovvero da una relazione faccia a faccia tra la vittima e il bullo, e il 10,8% di azioni

indirette, ovvero prive di contatti fisici.

Il problema del bullismo non consiste tanto nel bullo quanto nei suoi adepti, nel clima di complicità e **omertà** che adottano i suoi compagni. **Il gruppo è potere.**

È vero che la ferocia del branco è sempre esistita, ma quel che mancava in passato era la possibilità di dare sfogo alle vanterie e di alimentare l'emulazione e la condivisione attraverso canali potentissimi come sono quelli digitali, che rischiano di esserne la consapevole amplificazione elevata all'ennesimo grado. Internet, infatti, sta facilitando molto le relazioni sociali, così adesso un potenziale criminale ha la possibilità di trovare più facilmente i propri simili e si crea "il branco" oltre che nel reale, anche nel virtuale. Su queste basi si diffonde il **cyberbullismo**, nuova declinazione del bullismo ed ulteriore manifestazione di omologazione ad una società che ci costringe anche nei mezzi di comunicazione e informazione.

Uno studio di **Ipsos** e **Save the Children (I ragazzi e il cyberbullismo, 2013)** identifica i **social network** come la modalità d'attacco preferita tra i ragazzi (61%), in particolare con foto e filmati denigratori (59%) oppure con la creazione di gruppi «ostili» (57%).

Sono molte le iniziative intraprese da istituzioni e associazioni per contrastare il dilagare di questi fenomeni. Amnesty International ha avviato in questi giorni la campagna "No al bullismo", il cui obiettivo è dare il via ad un programma di sensibilizzazione ed educazione ai diritti umani all'interno delle scuole italiane.

E' importante recuperare un ingrediente fondamentale nei rapporti con gli altri: l'**empatia**, ossia quella capacità interiore di mettersi nei panni dell'altro, sentire ciò che l'altro sente e comportarsi in modo da rispettare quei sentimenti.

## Il lavoro non è donna

Una delle costrizioni sociali che caratterizza da anni la nostra società vede come protagonista o meglio come "vittima" la donna, e la sua difficoltà ad accedere al mondo del lavoro senza alcun invito a SCEGLIERE, senza che le venga posta davanti alcun bivio forzato. Sì, perché al giorno d'oggi, seppur in netta riduzione,



nel nostro Paese ci sono ancora tante donne che hanno difficoltà a trovare un impiego e lottano per conservarlo, donne costrette a subire «compromessi», quali molestie e mobbing, da parte di colleghi e superiori, donne impossibilitate a fare carriera al pari degli uomini.

Nel 1977 entra in vigore la legge 903 che regola l'uguaglianza tra donne e uomini in materia di lavoro introducendo tra i suoi articoli il divieto di discriminazione per l'accesso al lavoro indipendentemente da settore, attività e gerarchie così come il diritto per le donne lavoratrici alla stessa retribuzione dei colleghi uomini per le stesse prestazioni. Purtroppo nonostante siano passati quarant'anni dall'introduzione di tale norma, come si evince da diversi articoli di quotidiani consultati in materia di occupazione femminile, la situazione non è cambiata di molto: le lavoratrici non hanno ancora le stesse opportunità del sesso forte di accedere al mondo del lavoro e di ottenere i medesimi stipendi per la stessa mansione.

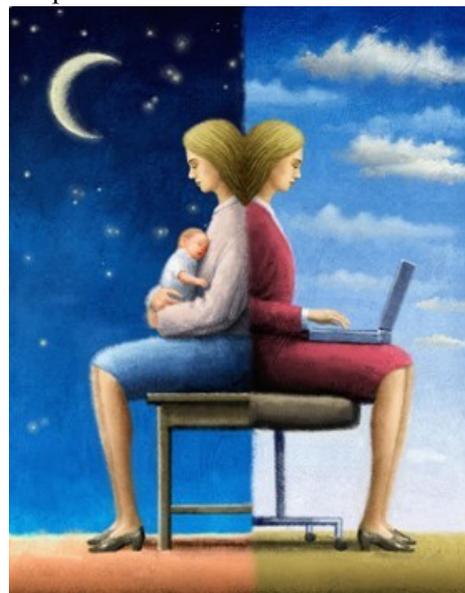


A sostegno di ciò, nel 2015 è stata creata una campagna di sensibilizzazione sotto forma di pubblicità progresso, che mostra quanto sia difficile essere donna prima che lavoratrice. Donna che spesso si trova ad essere vittima di abusi sul luogo di lavoro, non solo in fase di assunzione ma anche successivamente.

Da attuali dati Istat ed Inail è emerso che a livello europeo l'Italia è uno dei peggiori scenari per una lavoratrice e qui, una donna su due non lavora. Le colpe di questa condizione sono difficili da individuare poiché molto diffuse, ma sicuramente nella sfera sociale vi è la complicità del bigottismo radicato in cui alla donna, vista come "angelo del focolare domestico", difficilmente viene data la possibilità di competere con gli uomini. Nel nostro Paese le donne infatti, si trovano spesso di fronte ad un bivio che le costringe a compiere una scelta, tra la famiglia e la carriera: nel primo caso si cade nella vecchia cultura discriminatoria che vede in loro il compito esclusivo di cura familiare; nell'altro con la sempre maggiore diffusione del part-time si assiste invece alla loro mancata realizzazione totale.

Tuttavia, al giorno d'oggi ci sarebbero molti spunti che le aziende e le lavoratrici, potrebbero prendere in considerazione:

- **Banca del tempo (BdT).** Sono delle associazioni basate sul concetto di scambio gratuito di tempo. Qui ad avere valore sono le ore di tempo libero, dato o ricevuto dai soci della banca in diverse attività a seconda delle esigenze.
- **Asili nido aziendali.** La prima a introdurla in Italia fu Luisa Spagnoli presso la Perugina che voleva mantenere la produttività della propria azienda, concedendo alle sue lavoratrici di allattare a poca distanza dal luogo di lavoro. La penisola italiana conta ancora poche aziende virtuose che hanno adottato questo piano.
- **Smart working.** Un concetto alla base del welfare aziendale per bilanciare il rapporto tra la vita lavorativa e quella privata. Ritenuto come il superamento del telelavoro, è una modalità di esecuzione del rapporto di lavoro subordinato da eseguire in parte all'interno dei locali aziendali e in parte all'esterno senza una postazione fissa, entro i soli limiti di durata massima dell'orario di lavoro giornaliero e settimanale (stabiliti dalla legge e dalla contrattazione collettiva). Al momento la disciplina del lavoro agile è in sperimentazione soprattutto tra le pubbliche amministrazioni e alcune aziende.
- **Congedo parentale.** La necessità di politiche a sostegno della genitorialità sta cercando di agevolare le mamme-lavoratrici estendendo anche ai padri i giorni di congedo. Questo intervento nel nostro Paese, seppure in fase sperimentale ed in ritardo rispetto ad altri Paesi, permetterebbe il ritorno alla carriera delle neo mamme.

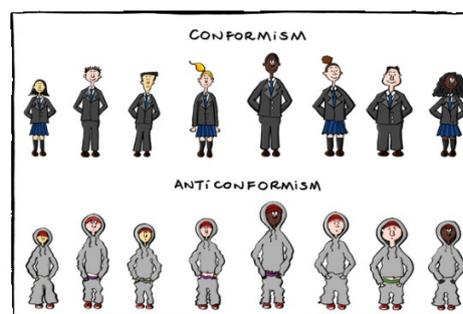


Trovare quindi risposte a un nodo così complesso non è semplice; ciò che è certo è che le donne vogliono avere la libertà di potersi realizzare come lavoratrici e allo stesso tempo essere anche madri. E per ottenere questo sono disposte a continuare a lottare!

## Moda ed estetismo nella società di oggi

Un'altra battaglia che la nostra società costretta si trova quotidianamente a dover affrontare è quella contro l'omologazione e gli erronei modelli estetici continuamente proposti. La moda si diffonde velocemente in modo inarrestabile, si impone, ti travolge e non ti lascia decidere da solo. Basta guardarsi attorno **per rendersi conto che ovunque lo stile, è uguale, privo di fantasia ed inventiva**. I canoni estetici sono quelli e ci si vede belli solo così, **diventando presto un numero come tanti altri**. Allora ci si potrebbe chiedere: Ci si veste per gli altri o per se stessi? **È una questione d'insicurezza o forse di trovare sicurezza nel gruppo?**

Spesso utilizziamo la parola moda senza conoscerne precisamente il significato. In realtà si tratta di un sistema multidimensionale che non riguarda solo l'abbigliamento, ma comprende tutte le attività umane e si basa sulla scelta, in base a criteri sociali di gusto, di un modello di comportamento. Si diffonde grazie a gruppi di prestigio o creatori di stile che diventando nella società delle vere e proprie icone, esercitano un autentico "pressing" psicologico compromettendo le abitudini delle varie generazioni e portando alla perdita di identità e quindi di originalità di ciascun individuo.



Oltre agli stilisti a fare da modello spesso, ci sono i fashion blogger, re e regine qualificate con laurea ad honorem in moda e stile. Essi rappresentano i nuovi idoli di un esercito di milioni di fans, anzi di followers, che li seguono sui social network, imitandone il look da cima a fondo. Purtroppo oltre ad imporre i propri look, questi fashionisti ispirano modelli estetici eteri ed irraggiungibili, osservabili anche altrove (sui palchi di danza, sulle passerelle di tutto il mondo, nelle pubblicità).



Un'esaltazione della magrezza, un corpo privo di ciò che non serve: **modelli** da emulare sbagliati e falsi, "manichini" necessari a risaltare non la bellezza naturale del soggetto che indossa, ma solo il capo della collezione dello stilista di turno. E da qui per passare dall'esempio all'azione, il salto è breve. Ragazze e ragazzi si ritrovano a voler assomigliare a modelli di perfezione che nel mondo senza luci e paillettes non esistono; inseguono "forme fisiche" inarrivabili perché irreali, e per farlo smettono improvvisamente di mangiare pensando di potersi avvicinare al prototipo fisico desiderato con il rifiuto del cibo.

Secondo un'analisi di *Nutrimente Onlus*, che ha coinvolto 40 esperti, la continua esposizione a modelli di fisicità troppo magri o filiformi, espone una ragazza su 2 ad un forte rischio emulazione, perché un'attenzione particolare al cibo e al corpo può trasformarsi in un'ossessione. Il peso diventa così il parametro di valutazione del proprio valore personale e vengono rivendicate anoressia e bulimia come scelte di vita e di libertà come accade in molte app e blog (es. blog pro-ana).

I disturbi del comportamento alimentare dipendono da grandi traumi irrisolti. In Italia ne soffrono più di **tre milioni e mezzo di persone**, di cui il 10 per cento sono maschi, per lo più adolescenti tra i 15 e i 25 anni (il 20 per cento dei casi riguarda bambini dagli 8 ai 14 anni). E si muore: l'Organizzazione Mondiale della

Sanità li ha considerati la seconda causa di morte per le adolescenti dopo gli incidenti stradali con 3240 vittime solo nel 2016.

Fino a qualche tempo fa tutto ciò non destava scalpore a sufficienza ma per fortuna qualcosa sta cambiando. E non solo sulle passerelle. Il dibattito sulla questione è aperto nel mondo politico tanto da scomodare prima il Parlamento Israeliano nel 2013, poi quello francese lo scorso aprile, che hanno bandito per legge l'eccessiva magrezza dalle passerelle per evitare che donne così magre diventino icone per le giovanissime. Anche l'Italia sta facendo in questo senso i suoi primi passi: alla Camera è stato presentato un progetto di legge, attualmente oggetto di discussione, attuo ad affrontare questo enorme problema definito una vera e propria emergenza sociale. La cosiddetta legge anti anoressia (art. 580 bis) introduce il reato penale di istigazione all'anoressia e il divieto, da parte delle case di moda, di assumere ragazze eccessivamente magre.

Il Messaggero, 16 luglio 2017

Tags : Anoressia

**Arriva la legge anti anoressia: reato istigare alla magrezza**   

MILANO L'amministratrice del sito dispensa consigli su come placare i morsi della fame: «Mastica e sputa tutto», oppure «guarda foto di modelle e attrici che ti siano d'ispirazione». Poi racconta alle lettrici il suo menu: «Colazione: una tazza d'orzo. Spuntino: nulla. Pranzo: 5 fette biscottate (160 kcal). Spuntino: nulla. Cena: nulla». Con l'introduzione dell'articolo 580 bis, tutto questo diventerà un reato. Istigazione a pratiche alimentari idonee a provocare l'anoressia e la bulimia, da punire con una condanna a un anno che diventano due se la vittima ha meno di quattordici anni.

**STOP ALLE MAGRISSIME**

Sempre più spesso nelle campagne pubblicitarie e sulle passerelle di tutto il mondo si vedono modelle “curvy”, dalle forme che non corrispondono ai canoni di fisicità imposti dal mondo della moda, ma che si avvicinano maggiormente alle misure reali delle donne belle, nelle loro veritiere forme abbondanti, pronte a sbaragliare regole e credenze. Donne che mandano un messaggio di accettazione del proprio corpo e di salute dimostrando che la sensualità non ha assolutamente bisogno di avvalersi della magrezza. Tra le promotrici di questo messaggio positivo, oltre a numerose aziende, sono scese in campo le stesse modelle come Lane Bryant, che si è fatta portavoce di una campagna contro la



magrezza degli angeli di Victoria's Secret coinvolgendo donne vere di tutte le taglie e forme.

Neanche le organizzazioni non-profit si sono tirate indietro nel promuovere una maggiore uguaglianza, maggiori opportunità per visi e corpi reali cercando di cambiare in maniera tangibile il modo in cui si guarda alle modelle e alla bellezza. Per questo motivo si stanno realizzando servizi fotografici con modelle affette da disabilità fisica per promuovere l'unicità delle persone e donare un modello positivo di forza, tenacia e rispetto. Prima tra queste è Mama Cax, una fashion blogger diversa dalle altre. Diversa perché dopo averle diagnosticato un tumore al polmone, metastasi ossee e un'aspettativa di 3 mesi di vita, nonostante una gamba amputata a causa della malattia, lei ha qualcosa di vero da insegnare: condivide non solo come si abbina la borsa alle scarpe ma soprattutto le sue esperienze come donna, come donna di colore e come donna con una disabilità.

Dovremmo quindi, semplicemente, distinguere il mondo della moda, o in generale dallo spettacolo, dalla realtà. **Standardizzare la bellezza ai canoni del nostro tempo, se da un lato può apparirci rassicurante perché genuflessa all'accettazione della società, dall'altro non ci renderà felici.** La ricerca della bellezza fa parte dell'essere umano ma dobbiamo imparare ad apprezzarla e a trattarla nel modo giusto: smetterla di tendere verso un modello estetico, accettare la nostra fisicità e cercare di valorizzarla. Perché il “fashion”, come lo chiamano gli addetti ai lavori, sta nella vita, non nelle giacche firmate; e sta non nell'omologazione ma nella “diversità”! E come direbbe lo scrittore Vittorio Sermoni: “Essere fuori moda ci farà vivere meglio”.

## Conclusioni

Non sarebbe inusuale se, leggendo queste parole, qualcuno si fosse identificato in Giuditta. Ora, per concludere la nostra panoramica, ci piacerebbe spostare l'attenzione verso la versione dello stesso quadro dipinta da Artemisia Gentileschi, e focalizzarla in particolare sullo sguardo della sua Giuditta. In quest'opera la giovane sembra convinta ed orgogliosa dell'atto che sta compiendo, meno "costretta", come se volesse trovare riscatto in quella decapitazione. Lei rappresenta un po' la Giuditta che vorremmo essere noi: consapevoli e coscienti del fatto che non saremo mai del tutto liberi, ma che non deve essere sempre la società a scegliere per noi. Il modo migliore per cominciare ad entrare in quest'ottica è porsi qualche domanda: "Fino a che punto le nostre azioni sono spontanee? Quanto sono condizionate dalla società in cui viviamo?".



Particolari dell'opera *Giuditta ed Oloferne*: a sinistra Giuditta dipinta da Caravaggio, a destra Giuditta dipinta da Artemisia Gentileschi

## Bibliografia

1. Twitter e jihad: la comunicazione dell'Isis. A cura di Monica Maggioni e Paolo Magri, Edizioni Epokè, 2015.
2. [http://www.repubblica.it/esteri/2015/11/20/news/parigi\\_13\\_11\\_il\\_racconto\\_della\\_strage-12775552/](http://www.repubblica.it/esteri/2015/11/20/news/parigi_13_11_il_racconto_della_strage-12775552/)
3. [http://www.repubblica.it/esteri/2016/12/19/news/berlino\\_camion\\_sulla\\_folla\\_nel\\_mercato\\_di\\_natale\\_numerosi\\_feriti-154480631/](http://www.repubblica.it/esteri/2016/12/19/news/berlino_camion_sulla_folla_nel_mercato_di_natale_numerosi_feriti-154480631/)
4. <http://www.ilpost.it/2016/12/26/droga-crimine-anis-amri-attentatore-berlino/>
5. [http://www.corriere.it/esteri/16\\_giugno\\_12/orlando-florida-spara-folla-club-gay-poi-si-barrica-ostaggi-3701ca5c-306f-11e6-9fca-ee7a08dfac4.shtml](http://www.corriere.it/esteri/16_giugno_12/orlando-florida-spara-folla-club-gay-poi-si-barrica-ostaggi-3701ca5c-306f-11e6-9fca-ee7a08dfac4.shtml)
6. <https://informazioneconsapevole.blogspot.it/2014/10/lomologazione-di-massa-odierna.html>
7. Il potere del singolo sul branco, Giuseppe Giunta Psichiatra. <http://www.rivista.ssef.it/www.rivista.ssef.it/file/public/Dottrina/53/L1.A1001001A08F10B83959D47439.V1.pdf>
8. <http://www.valigiablu.it/il-cyberbullismo-nasce-nella-vita-reale-il-codice-di-autoregolamentazione-non-serve/>
9. <http://tg24.sky.it/cronaca/2017/10/26/no-bullismo-campagna-amnesty.html>
10. <https://www.inps.it/nuovoportaleinps/default.aspx?sPathID=%3B0%3B45138%3B45636%3B45660%3B&lastMenu=45660&iMenu=1&iNodo=45660&p4=2>
11. <http://www.lastampa.it/2017/05/11/economia/arriva-lo-smart-working-il-lavoro-agile-ma-con-regole-M4CtGqUn6E4k8HIA6IsbyM/pagina.html>
12. [http://www.repubblica.it/economia/2016/03/08/news/i\\_migliori\\_e\\_i\\_peggiori\\_paesi\\_per\\_una\\_donna\\_lavoratrice-134754446/](http://www.repubblica.it/economia/2016/03/08/news/i_migliori_e_i_peggiori_paesi_per_una_donna_lavoratrice-134754446/)
13. [http://d.repubblica.it/attualita/2015/10/09/news/toglimi\\_le\\_mani\\_di\\_dosso\\_molestie\\_lavoro\\_olga\\_ricci\\_libro-2797516/](http://d.repubblica.it/attualita/2015/10/09/news/toglimi_le_mani_di_dosso_molestie_lavoro_olga_ricci_libro-2797516/)
14. <http://www.economia.rai.it/articoli/istat-il-441-delle-donne-costrette-a-rinunce-sul-lavoro-per-la-famiglia/32385/default.aspx>
15. <https://www.youtube.com/watch?v=SbQXJeH9UMI>
16. [http://www.lultimaribattuta.it/51502\\_mama-cax-laltra-faccia-delle-fashion-blogger](http://www.lultimaribattuta.it/51502_mama-cax-laltra-faccia-delle-fashion-blogger)
17. [http://www.anoressia\\_1\\_ragazza\\_su\\_2\\_pronta\\_a\\_emulare\\_modelle\\_filiformi-148367512/](http://www.anoressia_1_ragazza_su_2_pronta_a_emulare_modelle_filiformi-148367512/)
18. [lospiccionemico-pessimo-esempio-delle-star.html](http://lospiccionemico-pessimo-esempio-delle-star.html)
19. <http://lospiccionemico.blogspot.it/2012/09/lanoressia-nel-mondo-della-moda.html>
20. <http://lospiccionemico.blogspot.it/2012/09/il-pessimo-esempio-delle-star.html>
21. <http://pauranka.it/uncategorized/pericolo-anoressia-quando-la-malattia-diventa-una-moda/>
22. <http://www.ilfattoquotidiano.it/2013/10/19/anoressia-e-bulimia-le-nemiche-della-moda/749296/>
23. <http://newspapergame.lagazzettadelmezzogiorno.it/2017/02/14/le-tante-facce-della-moda/>
24. <http://www.sienanews.it/magazine/moda-modi/la-rivincita-delle-curvy/>
25. <http://www.vogue.it/vogue-curvy/curvy-news/2015/12/the-year-in-fashion-curvy-in-2015>
26. <http://espresso.repubblica.it/attualita/2017/03/14/news/anoressia-piu-malati-e-piu-giovani-i-disturbi-alimentari-sono-un-emergenza-sociale-1.297086>
27. <https://www.newsfood.com/anoressia-solo-il-30-guarisce-in-piu-provoca-200-morti-lanno/>
28. [http://www.ansa.it/saluteebenessere/notizie/rubriche/salute/2016/03/15/disturbi-alimentari-per-3mln-di-giovani-in-italia\\_1f870127-20b2-4f28-b55b-3cafc013f592.html](http://www.ansa.it/saluteebenessere/notizie/rubriche/salute/2016/03/15/disturbi-alimentari-per-3mln-di-giovani-in-italia_1f870127-20b2-4f28-b55b-3cafc013f592.html)
29. <https://www.insalutenews.it/in-salute/anoressia-e-bulimia-in-italia-sono-circa-3-milioni-i-giovani-che-ne-soffrono/>