6 maggio 2017 16:46

Femminismo in camicetta

di Redazione

Qualunque frase, per bella che sia, citata e appesa su un muro di Facebook pare sempre che sia stata scritta da Paulo Coelho. E' cosi'. In entrambi i casi risultano autorevoli e sotto ci puoi aggiungere che sono frasi dette o scritte da Pepe Mujica, Saramago, Sampedro o anche da Einstein. Si tratta della trasmutazione dell'autorita' intellettuale a cui comunque gli scienziati non sono in grado di dare una risposta, ma sono qui per constatare che questo fenomeno esiste. Cari lettori, sono molti anni che leggete frasi citate perche' a prima vista ci sono persone che hanno una grande fede in queste frasi, e ci sono buone persone che rispondendo ai bisogni sociali hanno creato pagine dove scriviamo frasi -che sono quotate- in corsivo e con l'immagine di coloro che le hanno dette, ad esempio Martin Luther king. Riusciamo a fare bene un lavoro e appendiamo sui muri il pensiero del giorno e ci sentiamo un po' meglio. Anche il dottor King si libera: intersecate una frase del suo mitico discorso del 1963 e sembra che sia un discorso di Coelho. E' fondamentale che le frasi non abbiamo piu' di 140 caratteri perche' se riproduciamo un capitolo, il lettore arguto puo' notare sfumature, mentre il lettore pigro si puo' stancare.

Le frasi citate provocano dei tremendi fraintendimenti.

Citando una frase di un articolo, si puo' cambiare il significato dello scritto; titolare una intervista con una frase del personaggio, ed e' possibile farlo sembrare uno stronzo. Una cameriera si e' comprata una camicetta al Museo dei diritti civili di Memphis con questa scritta: "Well-Behaved Women Seldom make History (Le donne ben educate raramente fanno la storia). Mi fece pensare che voleva dire che la lotta per l'emancipazione delle donne aveva richiesto delle donne poco docili, disobbedienti. Beh, no. Un giorno mi son messa a cercare l'autrice della frase ed ho scoperto che era Laurel Thatcher Ulrich, vincitrice del premio Pulitzer di storia nel 1976 con un libro che aveva per l'appunto questo titolo. Molte persone hanno notato la frase ma non hanno letto il libro, cosi' che la storica fu la prima a sorprendersi che il titolo si era trasformato in uno slogan molto riportato su camicette e tazze di caffe', e che oggi e' una frase a cui e' stato dato un senso (che ho dato) sbagliato. In realta' Thatcher si riferiva nel suo saggio al fatto che poche donne che hanno fatto cose notevoli sono passate alla storia. Era una legittima rivendicazione di quelle persone dimenticate, ma inevitabilmente perde l'arguzia che la maggior parte delle donne riusciva a captare.

C'e' una frase che, proprio in merito, e' stata convertita, "We Should Be Feminist" (Tutti dobbiamo essere femministe), la eloquente conferenza della nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie, pubblicata a mo' di manifesto e che in cinque anni e' diventata un punto di riferimento del pensiero femminista. Adichie sa che il suo famoso titolo adorna la parte anteriore di una camicetta di Dior, perche' suppongo che una marca di moda non si possa appropriare del titolo di un libro senza il permesso dell'autrice, questo e' quello che credo rispetto ad una certa percentuale dei diritti d'autore dei 550 euro che costa la camicetta, ma continua ad essere scioccante che un titolo che contiene tanta storia del passato, l'umiliazione e la disuguaglianza lo debba vedere trasformato in qualcosa di banale, come un modello, come mera decorazione della stagione di moda primavera-estate; non solo, ma con un prezzo del genere, anche se vedo che comunque ne esiste una versione low cost per 14 euro. Puo' darsi che ci sia qualcuno che compri la versione economica, non tanto per il significato della frase ma solo perche' Dior l'ha fatto diventare un titolo freddo.

La moda distrugge tutto. Siamo passati dal tempo in cui la parola "femminismo" provocava mal di pancia nei

media, nei titoli, nelle frasi citate, al momento attuale in cui le cosiddette riviste femminili ne fanno uso come uno slogan pubblicitario, in un modo capriccioso e rendendola compatibile con l'oroscopo e altre cose irrazionali. In questi momenti in cui i media sfruttano l'onda femminista esibendola nei titoli aneddotici, osserviamo come una frase che e' stata detta da Rosa Park, Clara Campoamor o Simone Veil convive con dichiarazioni assurde di attiviste di quinta fila: un pulcino con i capelli al vento e che mostra le sue gambe pelose su Instagram, un giovane attore che spezza una lancia per la parita' indossando i tacchi (e James Brown?) o modelli che si fanno foto senza truccarsi per sentirsi come qualsiasi donna. Grazie, grazie a tutti. Il fatto e' che percepisco come anche incompatibile una frase che anima l'umanita', senza distinzione di sesso, perche' femminista e un indumento di lusso. Le frasi avulse dal contesto perdono spesso il loro significato iniziale. Quella di Adichie era legata ad un manifesto, non ad una vetrina di una firma di lusso inaccessibile per la maggior parte delle donne. Ma dobbiamo sottometterla a questa prova di fuoco che ci fa vedere come qualunque frase puo' essere alterata: appendiamola su Facebook e osserviamola. Adichie o.. Paulo Coelho?

(articolo di Elvia Lindo, pubblicata sul quotidiano El Pais del 06/05/2017)