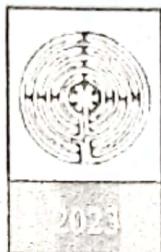


Società Filosofica Italiana **Edizione**
Quaderni della Sezione Friuli-Venezia Giulia



LA RIVOLUZIONE FEMMINISTA

Modelli teorici e pratiche politiche

a cura di
Linda Bertelli e Caterina Diotto

ℳ MIMESIS

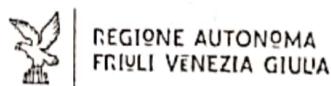
Redazione:
Beatrice Bonato, Claudia Furlanetto, Claudio Tondo, Eliana Villalta

Società Filosofica Italiana – Sezione Friuli Venezia Giulia
Sede sociale: via Sistiana 2 – 33100 Udine
www.sffvg.eu

Pubblicazione realizzata con il contributo di



E con il sostegno di



IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA

MIMESIS EDIZIONI (Milano – Udine)
www.mimesisedizioni.it
mimesis@mimesisedizioni.it

Collana: Società Filosofica Italiana – EDIZIONE Quaderni della Sezione Friuli Venezia Giulia
Isbn: 9791222307091

© 2024 – MIM EDIZIONI SRL
Piazza Don Enrico Mapelli, 75
20099 Sesto San Giovanni (MI)
Phone: +39 02 24861657 / 02 21100089

INDICE

<i>Linda Bertelli e Caterina Diotto</i>	
INTRODUZIONE	7
<i>Chiara Zamboni</i>	
LA PASSIONE DELLA DIFFERENZA	19
<i>Linda Bertelli e Marta Equi Pierazzini</i>	
LA PAROLA DELL'IO, LA PRATICA DEL NOI.	
CARLA LONZI E LA SCRITTURA	37
<i>Giulia Simi</i>	
DALL'ARTE ALLA VITA.	
SU ALCUNE ESPERIENZE FILMICHE DI MARINELLA PIRELLI	57
<i>Carla Troilo</i>	
LEGGERE <i>SPECULUM</i> DI LUCE IRIGARAY	75
<i>Michela Pusterla</i>	
Alice attraverso lo <i>SPECULUM</i> .	
FEMMINISMI E DISCORSI DI SALUTE E MALATTIA	89
<i>Caterina Diotto</i>	
BELLEZZA E POTERE.	
NARRAZIONI SUI NOSTRI CORPI	105
<i>Lorenzo Gasparrini</i>	
UN CONFRONTO CON ANGELA DAVIS	123
<i>Silvia Baglini</i>	
DIVENTARE INTEGR*.	
NOTE SU FEMMINISMO, DECOLONIALITÀ E PRATICA PEDAGOGICA IN BELL HOOKS	137

<i>Mariateresa Muraca</i>	
FEMMINISMO ED ECOLOGIA NELLE PRATICHE DEL MOVIMENTO DI DONNE CONTADINE A SANTA CATARINA (BRASILE)	151
NOTIZIE BIOGRAFICHE	165
INDICE DEI NOMI	169

CATERINA DIOTTO

BELLEZZA E POTERE

NARRAZIONI SUI NOSTRI CORPI

Ogni giorno siamo abituati, abituati e abituati^{*1} a essere immersi nelle narrazioni sui nostri corpi.

Narrazioni che creiamo in prima persona, attraverso le nostre foto e i nostri profili sui social, così come attraverso il modo in cui ci vestiamo, ci muoviamo, in che luoghi andiamo, come usiamo la nostra voce. Ma anche narrazioni create da altri su di noi, che tracciano costantemente le regole di come una donna, un uomo, una ragazza, un ragazzo, una persona non binaria, una persona queer, una persona “nera”, “bianca” o “coloured”, una persona abile e una disabile ... (l’elenco potrebbe continuare a lungo) devono essere. In che modo i nostri corpi sono, o non sono, “belli”, dove possono stare e come si possono muovere nello spazio pubblico.

Come si articola il rapporto tra la bellezza e le strutture di potere a cui partecipiamo? Quali sono i suoi meccanismi tipici, almeno per ciò che riguarda l’Occidente e, in particolare, l’Italia?

Cosa succede oggi nell’Era Digitale sui corpi delle ragazze, dei ragazzi, delle persone non binarie o trans, dei gruppi marginalizzati delle società? L’industria cosmetica e di chirurgia plastica, la fast fashion, l’industria dietetica e la pornografia fanno profitti stellari mentre i disturbi alimentari e da dismorfismo corporeo, la grassofobia e il bodyshaming (definiti anche “disturbi di genere” perché colpiscono le bambine, le ragazze e le donne tra i 12 e i 25 anni con percentuali che vanno dall’80 al 95%) aumentano esponenzialmente, soprattutto in Italia². Per fare un poco di chiarezza e provare

¹ Come femminista della differenza sessuale non sono d'accordo sull'utilizzo di una simbologia unica per indicare tutti i generi perché rappresenta una forma di invisibilizzazione. Scelgo quindi di usare tutte e tre le declinazioni (femminile, maschile e non binario) e, dove diversamente, i generi indicati sono da intendersi in senso stretto.

² A questo link una panoramica esaustiva delle statistiche 2023 a partire da articoli scientifici sulla percezione dell'immagine corporea in bambini, ragazzi, uomini e bambine, ragazze, donne in diversi Paesi: https://breakingeating.com/body-image-statistics/#What_is_Body_Image (ultima visita 26.2.2024). L'articolo sottolinea anche l'incremento percentuale rispetto a studi precedenti e l'impatto dei social media. In Italia, secondo i dati dell'Osservatorio ABA e dell'ISTAT 2023, 3 milioni di persone soffrono di disturbi dell'alimentazione, il 95% sono donne, la fascia d'età prevalente è 12-25 anni e durante gli anni

a capire, con le e gli studenti³ abbiamo deciso di guardare da vicino questo groviglio di connessioni tra estetica, canone, narrazione, rappresentazione, potere, corpo e politica.

1. La bellezza tra idea, canone e simbolico

Innanzitutto, che cosa intendiamo con “bellezza”, in senso prettamente filosofico?

Lavorando con le e gli studenti sulle associazioni libere, abbiamo elencato questi termini: modello, canone, sesso e sessualità, erotismo, corpo, comportamento, limite, simbolo, autostima, naturale/artificiale, ideale, gusto, potere, sessismo, morale, pornografia, ego, narcisismo, vanità, bellezza interiore. È possibile fare una prima, generale separazione. La maggior parte di questi aspetti rientrano in un insieme legato alla cultura, alla morale e al gusto, che sono storicamente determinati. Poi c’è un altro insieme, una bellezza che si fonda su qualcosa di diverso.

Trovo utile prendere spunto dal Bello della *Critica del Giudizio* di Kant per descrivere meglio il secondo insieme di significati. Per parlare di giudizio estetico, dopo aver basato le prime due *Critiche* sul giudizio classico – “S è P”, il giudizio determinante –, Kant ha sviluppato un secondo tipo di giudizio, il “giudizio riflettente”. Nel giudizio riflettente il concetto (P) che viene associato all’esperienza (S) c’è, ma resta indeterminato. Il giudizio di qualcosa come “bello” non si basa sul riconoscimento di una coincidenza di un fatto reale con un concetto ideale (un canone), ma sul sentimento che questo fatto ci suscita: un sentimento di piacere, una gioia interiore, che si lega a un’idea che però non possiamo definire. “Bello è ciò che piace universalmente senza concetto”⁴, perché è un “libero gioco” tra immaginazione e intelletto, scrive Kant⁵. È nella mancanza di definizione e nel movimento circolare tra soggetto e oggetto in relazione che si

della pandemia c’è stato un incremento del 30%. Ogni anno, secondo uno studio ISTAT del 2024, muoiono circa 4000 persone di disturbi alimentari, principalmente donne e ragazze sotto i 25 anni. Si vedano i dati dell’Osservatorio ABA: <https://www.bulimianoressia.it/wp-content/uploads/2019/10/ServizioCivile-FoodInformAction.pdf> (ultima visita 26.2.2024).

³ Voglio ringraziare Siria Rosa, Ilenia, Mees, Kim Francesco, Lorenzo, Emma, Francesca, Martina, Eleonora, Teresa, Sara, Matteo, Manuel, Aurora, Isabella, Agnese, Saria, Letizia e Rachele per aver partecipato con entusiasmo a questo percorso.

⁴ Immanuel Kant, *Critica del Giudizio*, a cura di Massimo Marassi, Giunti/Bompiani, Firenze-Milano 2017, p. 111.

⁵ Ivi, p. 107.

sita il "gioco". In questa esperienza della bellezza non c'è un modello o un canone di riferimento univoco, il predicato nel giudizio resta uno spazio aperto all'immaginazione di ciascun*, ciascuna e ciascuno. Possiamo quindi riferire al modello del Bello kantiano quegli aspetti legati, ad esempio, alla bellezza interiore e alla soggettività del giudizio. C'è una bellezza che riconosciamo, di cui facciamo esperienza, che ha poco a che fare con la corrispondenza a un canone. Piuttosto, risveglia qualcosa dentro di noi, qualcosa che dipende dalla nostra particolare sensibilità, dal nostro gusto⁶.

Questo aspetto della bellezza non entra in gioco nei rapporti di potere perché non ha carattere universale né, si dice, *prescrittivo*. Non è un giudizio determinante: questa bellezza non è uguale per tutti e tutte, non ci fornisce una lista di caratteristiche estetiche che un corpo deve avere per essere riconosciuto come "bello".

Il primo insieme di significati emerso dalle associazioni libere è invece quello della bellezza come canone, come modello prescrittivo che evolve nel tempo, nello spazio e a seconda dei soggetti a cui si riferisce. In questo caso, c'è un affollarsi di liste di caratteristiche, di canoni della "bellezza". La cosa interessante da notare è che a questi si associano dei comportamenti, legati a giudizi morali (spesso entrambi contraddittori o incompatibili tra loro) che i corpi devono *performare* nello spazio pubblico perché sia riconosciuto il prestigio sociale dovuto all'essere "belle, belli e bell*" e, di conseguenza, i privilegi specifici che vi sono culturalmente associati. Sia le performances che i privilegi cambiano molto a seconda dei soggetti.

Vediamo degli esempi. Il prestigio di un bell'uomo cisgender, eterosessuale e bianco si lega al performare di una certa immagine della mascolinità come "forte", "decisa", persino "aggressiva", e ha come conseguenze sociali una maggiore considerazione, una maggiore autorità di parola e una percezione di maggior "potere", che portano spesso ad avanzamenti di carriera. Il prestigio di una bella donna cisgender eterosessuale e bianca ha a sua volta a che fare con una certa immagine della femminilità (per lo più opposta a quella della mascolinità sopracitata), e porta con sé una maggiore popolarità sociale ma allo stesso tempo una minor considerazione della sua intelligenza e delle sue capacità, spesso associata all'idea che la sua carriera abbia più a che fare con il suo corpo che con i suoi meriti.

Se la "bellezza" di un uomo non è un fattore chiave del suo successo sociale e professionale, per una donna assume invece un ruolo fondamentale,

⁶ Kant cerca di dare universalità, benché soggettiva, a questo sentire. La sua argomentazione è discutibile, ma non entriamo qui nel merito della questione e limitiamoci a prendere "in prestito" la struttura del giudizio riflettente.

e non solo in questi ambiti. La “bellezza” di una donna, la sua immagine, sembra rappresentare il criterio principale della valutazione delle sue qualità, a cui tutti gli altri aspetti (carattere, capacità, inclinazioni, esperienze, professione, interessi...) si devono sottomettere. Sui social media il fenomeno si acuisce e coinvolge (con misure diverse) anche i ragazzi e le persone queer. Persino le influencers più consapevoli dei meccanismi della pressione sociale sull'estetica femminile soffrono di crolli nervosi dovuti alla percezione della propria immagine corporea e al bodyshaming⁷. La psicologia ha dovuto per questo aggiungere al proprio dizionario il nome di un nuovo disturbo: la “dismorfia digitale”⁸.

Il criterio della “bellezza” di una donna è stato considerato in Italia un elemento determinante in molti processi per violenza sessuale. La donna è “troppo bella”, e quindi il suo aggressore viene in qualche modo “giustificato”. L’idea di fondo rimanda a quel costrutto patriarcale per cui le donne sono sempre colpevoli di “tentare” gli uomini con il loro aspetto, e questi vengono deresponsabilizzati perché dipinti come esseri dominati dall’istinto. Una donna può anche essere “troppo brutta”: nel 2019 un giudice di Ancona ha decretato che lo stupro di gruppo su una ragazza non poteva essere avvenuto perché essendo la ragazza poco attraente (secondo un ideale di “bellezza” a cui il giudice si è appellato come fosse un criterio oggettivo e universale) sarebbe mancata, cito, la “motivazione”⁹. In questo caso la narrazione sulla “bellezza” si intreccia a un’altra narrazione tipica del patriarcato: quella dell’amore violento. È quella narrazione che copre l’oppressione violenta delle donne da

7 Il 26 febbraio 2024 l’influencer Giulia Lamarca, che si occupa della visibilizzazione delle persone con disabilità, ha pubblicato sul suo profilo un video in cui denuncia il proprio stato di profondo disagio psicofisico dovuto alla pressione continua sulla “bellezza” che vive attraverso i social media, nonostante sia una professionista di questo settore. Non è la prima: anche Chiara Ferragni, Lizzo, Taylor Swift (solo per citare alcune tra le più famose) hanno fatto denunce simili.

8 Uno studio di Isabelle Coy-Dibley, pubblicato nel 2016, ha dato il via a questo campo di indagine. Scrive: “questo articolo esamina il rapporto delle donne con i media e le rappresentazioni culturali degli standard di bellezza femminile e come questo sia filtrato nella presentazione di sé attraverso immagini modificate digitalmente, in ultima analisi, ipotizzando che questa separazione tra corpo e immagine produca una ‘dismorfia digitalizzata’ sociale e collettiva”. Isabelle Coy-Dibley, *Digitized Dismorphia’ of the Female Body: The Re/Disfigurement of the Image*, in “Palgrave Communications”, Vol. 2, 2016. <http://dx.doi.org/10.1057/palcomms.2016.40>

9 La sentenza è stata poi annullata dalla Corte di Cassazione, anche in seguito alle proteste delle attiviste femministe. Si veda <https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2019/03/10/stupro-sentenza-choc-associazioni-indignate-e-barbarie-5340e8c1-479f-46d3-882a-dfad8ecb1a0f.html> (ultima visita 19/10/2023)

parte degli uomini (lo stupro, la violenza domestica e il femminicidio) con la patina rosa di una “passione amorosa incontrollabile”. In tutti questi casi, è la narrazione della “bellezza” a fungere da leva per deresponsabilizzare gli aggressori, mantenendo saldo il loro privilegio patriarcale¹⁰.

Le differenze tra performances della “bellezza” e i loro effetti a livello sociale non riguardano solamente il genere, ma si declinano in modi diversi secondo tutte le differenze di classe, etnia, provenienza culturale, lingua, orientamento sessuale, abilità o disabilità ecc. La performance della “bellezza” femminile cisetero bianca in Occidente, ad esempio, porta un privilegio sociale che una donna trans o una donna cisetero nera, coloured e/o proveniente da Paesi non occidentali non hanno. La narrazione della “bellezza” serve non solo a legittimare e mantenere attivamente il privilegio patriarcale maschile ma, con un approccio più ampio, a mantenere un’organizzazione sociale dei rapporti di potere basata su una gerarchia verticale per coppie di opposti¹¹ che vede al suo apice l’immagine della mascolinità bianca, eterosessuale, cisgender, euro/nordamericana, cristiana, razionalista, abilista, antropocentrica, competitiva e borghese. Man mano che aumentano le differenze da quella immagine, i rapporti di potere “ordinano” i soggetti secondo una scala multidimensionale di identità sociali che stabilisce la misura del loro “valore” riconosciuto e, di conseguenza, dei privilegi e delle discriminazioni di cui sono fatti oggetto. Questo modello è stato chiamato “capitalismo patriarcale” da Maria Mies e Vandana Shiva¹², una definizione che mette in evidenza l’intersezione tra l’oppressione socio-culturale e quella politico-economica non solo all’interno delle nostre società occidentali ma anche fra i rapporti internazionali e interculturali tra Nord e Sud Globale.

Ogni struttura di rapporti di potere è caratterizzata dall’attitudine intrinseca delle componenti privilegiate di mantenere lo status quo. Maggiore è il privilegio di cui sono investiti i soggetti e maggiore è la spinta conforme ai modelli di cui si fanno portatori. Questa spinta viene messa in atto con strumenti istituzionali, politici, economici e simbolici (ovvero cultura-

¹⁰ A proposito di questa costruzione tossica della mascolinità e soprattutto di come uscirne, consiglio di leggere i testi di Lorenzo Gasparini, che si occupa da diversi anni di fare formazione e divulgazione sul tema: Lorenzo Gasparini, *Diventare uomini. Relazioni maschili senza oppressioni*, Settenove, Cagli 2020; Id., *perché il femminismo serve anche agli uomini*, Eris, Torino 2024; Id., *No. Del rifiuto, di come si subisce e di come si agisce e del suo essere un problema essenzialmente maschile*, effequ, Firenze 2019.

¹¹ Caterina Diotto, *Ouroboros. Femminismo, Ecologia, Ecofemminismo*, in Beatrice Bonato, Raoul Kirchmayr (a cura di), *La filosofia e la crisi ecologica. Atti della Winter School 2021-2022*, Mimesis, Milano 2023, pp. 63-75.

¹² Maria Mies, Vandana Shiva, *Ecofeminism*, Zed Books, London&New York, 1993.

li). Le narrazioni – linguistiche, estetiche, artistiche, religiose, concettuali, architettoniche... – sono spinte simboliche che giustificano, legittimano e mantengono le cose come stanno, descrivendole come “ordine naturale” e argomentandone la legittimità in base a convinzioni (spesso stereotipate o erronee) del “senso comune”.

La “bellezza” è una di queste narrazioni. La sua funzione primaria è di regolamentare l’accessibilità allo spazio collettivo assegnando a ciascun soggetto un “capitale simbolico”¹³. Il capitale simbolico è una misura del prestigio e del riconoscimento che (non) possediamo in base alla scala di importanza multidimensionale dettata dai rapporti di potere. Un prestigio che “spendiamo” come moneta di scambio per la possibilità, il come, il dove e il quando per accedere¹⁴ allo spazio sociale. Il capitale simbolico determina come dobbiamo essere percepiti, percepite e percepiti*, cosa ci è permesso fare o meno (in base alla nostra immagine sociale la stessa azione viene considerata positiva oppure negativa), la misura dell’azione politica che possiamo esercitare, la visibilità e l’importanza delle nostre esperienze e l’autorità della nostra voce.

Sentiamo spesso parlare del capitale simbolico degli oggetti: sono quei beni che fungono da “status symbol”, come le auto da corsa, i gioielli o i vestiti firmati. Possedere quegli oggetti aumenta il capitale simbolico di una persona, il suo riconoscimento sociale. La “bellezza” come canone è una narrazione del potere che situa le donne in una zona ambigua dove i soggetti divengono oggetti, dove l’essere e il possedere si intrecciano con le dinamiche patriarcali dell’essere possedute da altri.

Il capitalismo patriarcale non solo riconosce valore alle donne solamente nella misura in cui possiedono o meno la bellezza come status symbol ma le inserisce in una narrazione dei rapporti tra i sessi che le vede desiderabili in quanto oggetti, status symbol a loro volta per il capitale simbolico degli uomini.

2. Il mito della bellezza

Nel 1990 Naomi Wolf pubblicò *Il mito della bellezza*, diventato presto un testo fondamentale per la critica femminista, per capire come mai le

13 La teoria del capitale simbolico è stata sviluppata dal sociologo Pierre Bourdieu in *La distinzione. Critica sociale del gusto* (1979).

14 Parlando di “accesso” allo spazio pubblico, lo intendo in senso sostanziale come posizione di autorità al pari delle altre. Succede spesso che il diritto di accesso esista a livello istituzionale, formale, ma di fatto i soggetti non abbiano alcuna autorità di parola e/o di azione.

donne (nordamericane e inglesi soprattutto) avessero sì guadagnato diritti, autonomia e spazio nella propria vita individuale e nel mondo del lavoro ma allo stesso tempo fossero sempre più infelici, sempre più stanche, sempre più nevrotiche. Secondo l'autrice, era necessario tornare a indagare "il rapporto tra la liberazione delle donne e la bellezza femminile"¹⁵. Il lavoro di Wolf si poneva infatti in continuità con uno studio precedente, altrettanto famoso: *La mistica della femminilità* (1963)¹⁶ di Betty Friedan.

Friedan aveva analizzato come nel primo e nel secondo dopoguerra, specialmente negli USA e in Inghilterra, ci fosse stata un'operazione culturale sistematica volta a convincere le donne a tornare al lavoro domestico e alla dimensione privata della casa e della famiglia. Durante le due guerre, per sostenere lo sforzo bellico, i governi avevano fatto propaganda affinché le donne prendessero il posto degli uomini nelle fabbriche, negli uffici, nei trasporti. Le donne avevano così occupato per la prima volta in massa e a pieno titolo lo spazio pubblico come *individui autonomi*. Finita la prima guerra mondiale, più del 70% di loro non aveva alcuna intenzione di tornare a fare la casalinga. Questo, scrive Friedan, creava un grosso problema sia dal punto di vista culturale che economico: da un lato le donne non avrebbero più sostenuto il sistema capitalistico attraverso il loro lavoro domestico non retribuito come madri e mogli¹⁷; dall'altro gli uomini tornati dal fronte si sarebbero trovati in un mercato del lavoro molto meno facile da affrontare avendo come concorrenti donne che non solo erano abituate a lavorare più duramente e più a lungo ma anche, storicamente, con un salario molto più basso. Adattare il mercato del lavoro e le dinamiche familiari a questa situazione avrebbe sovvertito le strutture di potere capitalistiche e patriarcali.

Per impedirlo, fu inventata la mistica della femminilità: un bombardamento culturale e mediatico, condotto attraverso riviste, pubblicità e televisione, di un'idea romanticizzata della vita domestica come "avventura", della maternità e dell'educazione dei figli come "desiderio profondo di ogni donna". La mas-

¹⁵ Naomi Wolf *Il mito della bellezza*, a cura di Maura Gancitano e Jennifer Guerra, traduzione di Marisa Castino Bado, Tlon, Milano 2022, p. 17.

¹⁶ Betty Friedan, *La mistica della femminilità*, a cura di Chiara Turozzi, Castelvecchi 2012.

¹⁷ Su come il cosiddetto plusvalore nel capitalismo, cioè il guadagno, si fondi sull'appropriazione del lavoro non (o poco) retribuito delle donne, degli schiavi, delle popolazioni colonizzate, di lavoratori, lavoratrici e lavorat* senza contratto o con condizioni contrattuali disumane, si vedano: Maria Mies, *Patriarchy and Accumulation on a World Scale. Women in the International Division of Labour*, Bloomsbury, New York 1986; Christine Delphy, *Il nemico principale. I. Economia politica del patriarcato*, VandA, Milano 2022.

sima realizzazione di una donna, secondo questa idea, è il suo essere moglie (di un uomo), madre (di figli maschi) e regina della casa (monofamiliare e borghese). La pressione culturale fu tale che tra il 1920 e il 1960 vi fu un crollo del 12% delle iscrizioni femminili ai college universitari e un ampio abbandono del mondo del lavoro da parte di donne istruite. La conseguenza fu però un'impennata nei casi di depressione, nevrosi e alcolismo tra le casalinghe¹⁸.

Secondo Naomi Wolf fu il Femminismo della seconda ondata, e in particolare lo studio di Friedan, a decostruire e scardinare la mistica della femminilità¹⁹ restituendo alle donne una narrazione del femminile che non le relegasse allo spazio domestico e permettesse loro di perseguire gli interessi di studio, le carriere, la libertà sessuale e affettiva²⁰. La tesi di Wolf è che il mito della bellezza rappresenti il nuovo tentativo del sistema patriarcale e capitalistico di mantenere la propria struttura di potere in opposizione all'ondata di cambiamento portata dal Femminismo. Come ogni narrazione del potere, anche questo mito nasconde al suo interno forti ragioni economiche e politiche in termini di profitto e di funzionamento del mercato del lavoro.

La "storia" raccontata dal mito della bellezza è riassunta da Wolf con queste parole:

Il mito della bellezza ha una storia da raccontare: la qualità chiamata "bellezza" esiste oggettivamente e universalmente. Le donne devono volerla incarnare, e gli uomini devono voler possedere le donne che la incarnano. Questa forma di realizzazione è un imperativo per le donne e non per gli uomini, necessario e naturale perché biologico, sessuale ed evolutivo: gli uomini forti combattono per le belle donne, e le belle donne hanno più successo dal punto di vista della riproduzione. La bellezza femminile deve essere messa in relazione con la fertilità, e questo sistema, essendo basato sulla selezione sessuale, è inevitabile e immutabile.²¹

18 Sono i dati citati da Friedan.

19 Il femminismo americano della Seconda ondata è stato ben lungi dall'essere un movimento omogeneo e, anzi, forti critiche al testo di Friedan vennero dal Femminismo Nero e Chicano. Come scrisse bell hooks, lo studio "ignora l'esistenza di tutte le donne non bianche e povere", costituendo un "caso di studio sul narcisismo, l'insensibilità, il sentimentalismo e l'auto-indulgenza". Rimando all'ottimo articolo di Raffaella Baritono, *Il Femminismo americano degli anni '60. Betty Friedan, Shulamith Firestone, Kate Millett, Robin Morgan, Frances Beal e Gloria Anzaldúa*, in "Storicamente", n. 4/2008, DOI: 10.1473/stor332.

20 Il film *Mona Lisa Smile* (Mike Newell, 2003) rappresenta in salsa pop proprio il contrasto culturale tra la mistica della femminilità e le spinte liberatrici del movimento femminista.

21 Naomi Wolf, *Il mito della bellezza*, cit., p. 21.

Come aggiunge immediatamente l'autrice, "Niente di tutto questo è vero". Decostruiamo questa narrazione. Come già visto, se la bellezza ha un contenuto prescrittivo allora non può essere né "inevitabile" né "immutabile" né, tantomeno, "naturale". È una narrazione culturalmente e storicamente determinata perché i suoi canoni sono in continuo cambiamento. I costrutti della mascolinità e della femminilità qui riportati sono quelli tipici del patriarcato: il maschio dev'essere "forte" e "combattere" per ottenere il corpo femminile come status symbol del potere, la donna come oggetto. La relazione tra i due sessi è quella tra un soggetto che possiede un oggetto. Il femminile è ridotto inoltre alla sola riproduzione, e la "naturalità" e cogenza di questa narrazione della "bellezza" si basa sulle idee di "fertilità" e "successo riproduttivo". Quest'ultima ragione trasmette di nuovo il ruolo strumentale della donna, riconosciuta e valutata solo secondo il principio dell'utile maschile: riprodurre sé stesso attraverso i propri figli (maschi). Questa argomentazione in particolare non regge alla prova dei fatti: i corpi ritenuti "belli" hanno spesso caratteristiche opposte a quelle necessarie alla salute e alla riproduzione – come ad esempio la magrezza eccessiva – e sono immediatamente ritenuti "brutti" e "osceni" se mostrano caratteri materni – il pancione o la pancia rilassata, l'allattamento, le smagliature da gravidanza, le cicatrici del parto.

Ci sono numerosi corollari alla narrazione centrale del mito della bellezza. Wolf ne analizza alcuni: la giovinezza, lo stereotipo della "Brutta Femminista", il mito della bellezza "naturale", il legame con il "sogno americano".

La giovinezza è un aspetto desiderabile nella cultura patriarcale perché le donne giovani hanno meno esperienza e quindi sono più indifese rispetto ai molti modi in cui i soggetti privilegiati dal capitalismo patriarcale traggono vantaggio dai loro corpi e dal loro lavoro. Per lo stesso motivo la maturità è assimilata alla vecchiaia e alla bruttezza: le donne mature sono più coscienti dell'arbitrarietà delle narrazioni oppressive che le circondano e dei molti modi in cui la società si appropria delle loro energie e capacità, quindi le criticano e fanno resistenza.

Legato a questa stessa dinamica è lo stereotipo della "Brutta Femminista". Nato apposta per invalidare l'autocoscienza e la critica, è quella narrazione per cui le femministe sarebbero donne arrabbiate e frustrate che fanno rumore e danno fastidio solamente perché sono brutte e sgradevoli e quindi nessun uomo le vuole – "odiano gli uomini", tutti e indipendentemente da ciò che fanno, perché sono state rifiutate. Questa narrazione cerca di convincerci che il femminismo non è un movimento di liberazione per uomini e donne ma solo una discriminazione al contrario (degli uomini da parte delle donne), originata dall'invidia femminile verso l'apprezzamento delle "donne belle" da parte degli uomini.

Il mito della bellezza "naturale" rappresenta invece un paradosso: si obbligano le donne a piegare i propri corpi a dei canoni specifici – una pratica che richiede lavoro e attenzione costanti, oltreché una conoscenza molto ampia del mondo dell'estetica: trucco, capelli, pelle, trattamenti, persino i componenti chimici specifici – ma questo sforzo non dev'essere visibile, perché smaschererebbe l'innaturalità e arbitrarietà dei canoni stessi. La narrazione che il patriarcato vuole mantenere è che la bellezza naturale esiste, ma che siamo noi – singoli corpi – a non possederla. Non possederla è di per sé una vergogna, ci rende corpi di meno valore, perciò il lavoro per tentare di avvicinarvisi deve essere nascosto. Quando questo lavoro viene "smascherato" è oggetto di insulti e ridicolo come se fosse un tentativo di "ingannare" il prossimo: potremmo dire, una falsificazione del proprio capitale simbolico e quindi dello status symbol che la donna potrebbe conferire all'uomo che la possiede.

Infine, Wolf riconosce una forte familiarità tra il "sogno americano" e il mito della bellezza. Si dice infatti nelle pubblicità, sulle riviste, nei film, che tutte le donne possono conquistare la "bellezza" se ci mettono sufficiente impegno e lavoro, indipendentemente dal loro aspetto naturale. Un'idea che, come la narrazione da cui prende modello, invisibilizza e cancella le differenze di classe, di etnia, di forma corporea, culturali e simboliche per imporre un canone unico e omogeneo che di fatto mantiene il privilegio dei privilegiati e l'oppressione degli oppressi.

3. Il mercato capitalista della bellezza ieri e oggi

Secondo Naomi Wolf il mito della bellezza ha fatto parte di una strategia socioeconomica precisa:

Alla donna lavoratrice veniva detto che doveva pensare alla "bellezza" in un modo che minava, passo dopo passo, il modo in cui aveva iniziato a pensare grazie ai successi del movimento femminista. [...] Quanto più le donne si avvicinano al potere tanto più si chiede loro un'autocoscienza fisica.²²

Un'autocoscienza che si trasforma di fatto in autocritica, nel controllo sociale collettivo che impone l'aderenza a un modello estetico continuamente riformulato. Aderire interamente al canone della "bellezza" è impossibile per tutte e, quand'anche dovesse accadere, è un effetto temporaneo. Si crea così di fatto un inseguimento infinito di un obiettivo inarrivabile (sia perché è di per sé irrealo, sia perché cambia), che però viene descritto come un fallimento personale.

22 Ivi, p. 42.

Nell'analisi di Wolf la corsa collettiva alla ricerca della perfezione estetica rappresenta un beneficio per il capitalismo e le strutture di potere, in due modi.

In primis, l'autrice parla del bisogno del capitalismo patriarcale di inserire un "terzo turno" nel carico di lavoro femminile per impedire che la presenza di massa e la disponibilità a lavorare di più e in condizioni peggiori delle donne portino a un sovvertimento dei rapporti di potere – una perdita dell'egemonia maschile – e, in ultimo, del sistema economico – il capitalismo stesso.

Secondo l'autrice, le donne negli anni '70 e '80 svolgevano già due turni di lavoro²³: il primo era il lavoro domestico e di cura dei membri familiari, di cui si occupavano quasi esclusivamente, che rappresenta un lavoro invisibile e dato per scontato, perciò non salariato; il secondo era il turno di lavoro fuori casa, "ufficiale" e salariato. Wolf fornisce alcuni dati: nonostante le donne svolgessero entrambi i turni, raggiungendo negli USA un monte ore settimanale di 99,6 ore contro le 40 dell'orario di lavoro ufficiale, e nonostante il divario di retribuzione togliesse allo stipendio femminile fino al 30% dello stipendio corrispondente per un uomo, le donne stavano comunque prendendo sempre più spazio. Lavorando di più e meglio, raggiungevano livelli più alti di istruzione, pianificavano la vita familiare grazie ai contraccettivi e potevano quindi fare piani di carriera sul lungo periodo. Inoltre, come sottolinea l'autrice, a differenza di altri gruppi marginalizzati e percepiti come problematici per il mantenimento dello status quo (ad esempio, gli immigrati), le donne non sono una minoranza: sono il 52,4 % della popolazione globale. Questo le rende molto più pericolose per qualsiasi struttura di potere.

Il mito della bellezza ha quindi rappresentato il "terzo turno di lavoro" affidato alle donne, così da rallentare e disinnescare la loro potenza trasformativa nello spazio pubblico minando la loro autostima dall'interno, fornendo una "scusa" per le discriminazioni di genere in ambito lavorativo e occupando ulteriormente il loro tempo libero – già esiguo – con quella che di fatto è una "fantasia sessuale collettiva" della cultura patriarcale e una "consapevole manipolazione di mercato"²⁴ portata avanti da alcune industrie.

L'analisi di Wolf è ancora molto attuale, in Italia più che in tanti altri Paesi. Secondo un rapporto uscito nel 2018 dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) le donne italiane svolgono ancora in media il

²³ Molte autrici si sono occupate del cosiddetto "doppio turno" delle donne e del suo sfruttamento da parte del sistema capitalistico. Si vedano ad esempio Silvia Federici, *Calibano e la strega. Le donne, il corpo e l'accumulazione originaria*, Mimesis, Milano 2020 e la ricostruzione della storia del Movimento per il Salario Domestico di Louise Toupin, *Il salario al lavoro domestico. Cronaca di una lotta femminista internazionale (1972-1977)*, ombre corte, Verona 2023.

²⁴ Ivi, p. 27.

sono del 2019 e, per il solo mercato USA, il *range* stimato va dai 9 ai 97 miliardi di dollari³⁰.

Si potrebbe far notare che il potere economico di questi mercati – che ci racconta di un circolo vizioso di creazione del mito e di “risposta” ad esso per soddisfare le sue richieste – dev’essere oggi ricalibrato in base all’esistenza di fenomeni nuovi. Ad esempio, fra le 5 procedure di chirurgia plastica globalmente più praticate ci sono anche i cambi di sesso, e la pornografia femminista o il post-porno propongono una visione ben diversa del corpo femminile e dell’autonomia sessuale delle donne, che certo non rinforza il mito della bellezza³¹. Le industrie dietetica e cosmetica riguardano ormai tutti i corpi, anche se con pressioni psicologiche decisamente diverse³².

Tuttavia, anche qui è importante la misura: questi fenomeni rappresentano una porzione minoritaria rispetto alla narrazione del mito della bellezza, ancora molto potente, e alle sue conseguenze sociopolitiche e individuali sulle donne.

4. Narrazioni del potere in una prospettiva globale e intersezionale

Da un punto di vista culturale e politico, in che modo si afferma la narrazione della “bellezza” come canone prescrittivo?

Ci sono tre strategie, comuni a tutte le narrazioni del potere:

- la naturalizzazione e assolutizzazione del proprio racconto: la bellezza è un dato oggettivo, naturale e universale.

- la cancellazione, l’invisibilizzazione o la negazione di tutto ciò che confuta o si oppone al suo racconto, siano essi fatti, idee o persone. È il caso del fatshaming, del bodyshaming in generale e del bullismo verso chi non corrisponde al canone e/o critica questa narrazione.

- lo spostamento della responsabilità dal collettivo all’individuale, dal sistematico al particolare: la “mancanza” di “bellezza” secondo i canoni imposti è colpa delle donne che non lavorano abbastanza per ottenerla. Si sposta così il problema sull’individuo e via dalla struttura di potere, da un lato neutralizzando la possibilità di un cambiamento sistematico, dall’altro

30 <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/dec/30/internet-porn-says-more-about-ourselves-than-technology> (ultima visita 19/10/2023).

31 A questo proposito consiglio di leggere *Postporno*, di Valentine aka Fluida Wolf, eris edizioni (2020) che offre un’ampia panoramica delle pratiche e delle prospettive femministe sul postporno.

32 Ad esempio, le procedure di chirurgia estetica a livello globale riguardano gli uomini cisgender solo per il 13,8%.

stimolando le nevrosi e l'angoscia, il disagio e il conseguente consumismo verso tutti i prodotti che il mercato offre per "risolvere il problema".

Il mito della bellezza e le molte narrazioni sui corpi che lo compongono non si limitano alle società occidentali. Attraverso il colonialismo si sono diffuse in tutto il mondo, declinandosi in diverse forme a seconda dei contesti. Oggi, nel mondo globalizzato, queste narrazioni del potere sono più forti che mai, limitando l'accesso allo spazio pubblico attraverso una molteplicità di discriminazioni fra loro interconnesse. Per capire come queste narrazioni si intreccino sia nelle nostre società che in altri Paesi e nei rapporti tra queste e quelli, è indispensabile adottare un approccio intersezionale e decoloniale. In altre parole, è necessario utilizzare un'ottica globale, multiculturale e di profondità storica.

Alcuni strumenti critici per una tale prospettiva sono stati sviluppati fra gli anni '70 e '80 dal Femminismo americano. Il modello epistemologico della *Feminist Standpoint Theory*, formulato da Sandra Harding nel 1986³³ sostiene che la prospettiva individuale sulla realtà si formi a partire dall'esperienza politica, sociale e personale. Le femministe che si sono impegnate a portare la critica alla discriminazione patriarcale nel campo della conoscenza hanno per Harding un punto di vista epistemologicamente privilegiato. Sono infatti le persone discriminate ad avere una visione più ampia sulla società rispetto a quella delle persone privilegiate (che raramente sono consapevoli dei molteplici aspetti dell'oppressione) e saranno quindi in grado di produrre una conoscenza più oggettiva.

Una versione più radicale di questa prospettiva si può riconoscere nell'approccio *intersezionale*, termine coniato dalla femminista afroamericana Kimberlé Crenshaw nel 1989³⁴. Le donne Nere sentivano forti differenze tra le proprie vite, le proprie esperienze, e quelle delle femministe Bianche del movimento. Molte di queste differenze mostravano anche dinamiche di oppressione e discriminazione razzista tra donne bianche e nere, di cui il movimento non si faceva carico³⁵. C'era quindi la necessità di una nuova consapevolezza nell'attivismo e nelle analisi sociopolitiche che prendesse in considerazione non solo il genere, ma anche altri fattori di di-

33 Sandra Harding, *Rethinking Standpoint Epistemology: What is "Strong Objectivity?"*, in Ann Cudd, Robin Andreasen (edited by), *Feminist Theory: A Philosophical Anthology*, Blackwell Publishing, Oxford 2005.

34 Kimberlé Crenshaw, *Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics*, in "University of Chicago Legal Forum", n. 1, 1989, pp. 139-167.

35 A questo proposito consiglio di leggere la ricostruzione storica di Angela Davis contenuta in *Donne, razza e classe* (ed. Alegre, Roma 2018).

scriminazione. L'approccio intersezionale abbraccia l'idea che le persone siano oggetto di molteplici modelli di oppressione che si intersecano: genere, "razza"³⁶, nazionalità, lingua, religione, orientamento sessuale, classe, abilità, aspetto fisico ecc. È intrecciando questi approcci critici che cercheremo di guardare al mito della bellezza nelle sue declinazioni globalizzate.

Storicamente, con l'invasione coloniale da parte dei Paesi occidentali verso il resto del mondo, il capitalismo patriarcale è stato esportato in altre culture attraverso un fenomeno detto di *colonizzazione dell'immaginario*. In altre parole, i colonizzatori non si sono solamente appropriati delle risorse e dei territori, infiltrandosi nelle strutture di potere locali o imponendone di nuove. Hanno anche imposto la propria cultura e la propria lingua, degradando allo stesso tempo le lingue e culture locali come inferiori, rozze, "superstiziose" e false. Questo processo ha riguardato anche i canoni della "bellezza", sia linguistico-culturali (la cultura dei colonizzatori è dipinta come più elegante e raffinata, quella degli indigeni come sgaziata e primitiva, brutta), sia fisici, legati a doppio filo con il razzismo.

Senza ripercorrere la storia del colonialismo, vorrei solamente menzionare che nel 1914 i Paesi occidentali controllavano il 95% dei territori mondiali sotto forma di colonie, protettorati, possedimenti, dominii e Commonwealth. La quasi interezza del mondo ha quindi subito, in forma più o meno marcata e per un tempo più o meno lungo, l'imposizione del capitalismo patriarcale e delle sue narrazioni del potere. Questo processo continua in nuove forme con la globalizzazione e il neocolonialismo.

L'imposizione della visione europea e americana sulla "bellezza" è una delle conseguenze dirette della narrazione creata dal razzismo per giustificare il dominio coloniale. Affinché la violenza e l'espropriazione di terre e risorse potessero essere considerate legittime è stato necessario creare una giustificazione "scientifica" della superiorità della "razza bianca". A questo si dedicarono moltissimi scienziati e intellettuali a partire dal Giusnaturalismo. La narrazione del razzismo coloniale è fondata su una struttura bipolare, che vede nel genere uno dei suoi assi portanti: all'estremo positivo l'uomo bianco occidentale, all'estremo negativo la donna nera³⁷. Tutti i popoli trovavano il proprio posto all'interno della gerarchia, sempre considerando il genere femminile come inferiore al genere maschile all'interno della medesima "razza".

³⁶ Uso questo termine come categoria simbolica, senza alcun fondamento biologico, per poter riconoscere e chiamare con il loro nome i fenomeni sociopolitici che si sono fondati sulla costituzione della "razza" come dato oggettivo.

³⁷ Si veda Tatiana Petrovich Njegosh, Anna Scacchi (a cura di), *Parlare di razza. La lingua del colore tra Italia e Stati Uniti*, ombre corte, Verona 2012.

Perché era una donna nera a rappresentare l'estremo negativo? La "razza" nera era storicamente, nella visione euroamericana, quella più importante da sottomettere (considerata sia la tratta degli schiavi verso le Americhe, sia il furto delle risorse del continente africano) e, all'interno di essa, alle donne veniva associata una posizione inferiore secondo lo schema patriarcale. La "spiegazione" biologica illuminista sosteneva che le donne nere, in quanto "matrici" dei corpi, erano necessariamente all'origine dell'inferiorità della "razza" nera³⁸. Il razzismo, il sessismo e la "bellezza" sono sempre legati a doppio filo: "il razzismo pseudoscientifico", infatti, "è un'ideologia incentrata sull'immagine"³⁹. A dimostrazione di questo, più di una donna africana – e in particolare le donne della tribù Khoikhoi, che avevano caratteri fisici particolari – furono schiavizzate e portate in tournee nei salotti altolocati di mezza Europa come incarnazioni dello stereotipo: le cosiddette "Veneri ottentotte"⁴⁰.

Come nel caso del mito della bellezza di Wolf, anche qui la narrazione estetica serve motivazioni di genere politico, sociale ed economico. Le influenze di queste narrazioni sono tutt'ora potenti. Uno dei fenomeni neocoloniali e razzisti più importanti a cui partecipano nel mondo globalizzato in cui viviamo è quello del "colorismo": l'assegnare capitale simbolico in base al tono della pelle. Più chiara è la pelle, più è percepita come "bella" e più è alto il prestigio sociale, politico, economico della persona, specialmente se donna. Il colorismo deriva dal fatto che la linea del colore (ovvero la linea di "divisione" percepita da una cultura tra una "razza" e un'altra in base ai tratti somatici e in particolare al tono della pelle) è ancora alla base di molti fenomeni di discriminazione e segregazione razziale, istituzionalizzati e non.

Di qui, le narrazioni della "bellezza" utilizzate ancora una volta per fare leva sul desiderio delle persone di liberarsi dalle discriminazioni attraverso promesse di prestigio e riconoscimento in cambio della conformità a un canone estetico e a una visione del mondo gerarchizzata. L'ultimo report del 2021 sui prodotti per lo "skin-lightening", lo sbiancamento della pelle, stimava questo mercato a un valore di 9,96 miliardi di dollari nell'industria cosmetica globale⁴¹.

38 Ivi, pp. 15 e segg.

39 Ivi, p. 36.

40 La più famosa fu la sudafricana Saartij Baartman (1789-1815). Come riporta la pagina Wikipedia a lei dedicata, dopo la sua morte "il suo scheletro, i suoi genitali e il suo cervello furono messi in mostra al Musée de l'Homme di Parigi fino al 1974, quando furono rimossi e conservati in un luogo fuori dalla vista; una copia fu ancora visibile per i due anni successivi". La restituzione dei resti al Sudafrica e la sepoltura sono avvenute solo nel 2002.

41 Si veda <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/skin-lightening-products-market> (ultima visita 27.2.2024). Esistono numerosi studi su questo

Bibliografia di approfondimento

- Davis Angela, *Donne, razza e classe*, tr. it. di Marie Moïse e Alberto Prunetti, Alegre, Roma 2018.
- Lorde Audre, *Sister outsider*, Penguin Classics, London 2019.
- bell hooks, *Il femminismo è per tutti. Una politica appassionata*, tr. it. di Maria Nadotti, Tamu, Napoli 2021.
- Diotima, *La sapienza di partire da sé*, Liguori, Napoli 1996.
- Steinem Gloria, *Elogio dei corpi delle donne*, Vanda, Milano 2021.
- Doyle Jude Ellison Sady, *Il mostruoso femminile. Il patriarcato e la paura delle donne*, tr. it. Laura Fantoni, Tlon, 2021.
- Libreria delle Donne di Milano, *Non credere di avere dei diritti. La generazione della libertà femminile nell'idea e nelle vicende di un gruppo di donne*, Rosenberg&Sellier, Torino 1987.
- Meloni Chiara, Mibelli Mara, *Belle di faccia. Tecniche per ribellarsi ad un mondo grassofobico*, Mondadori, Milano 2021.
- Jha Meeta Rani, *The Global Beauty Industry. Colorism, Racism and the National Body*, Routledge, New York 2016.

fenomeno, fra questi consiglio Meeta Rani Jha, *The Global Beauty Industry. Colorism, Racism and the National Body*, Routledge, New York 2016.