

Conversazione tra Florence Montreynaud e Carla Cantatore (Atelier CIDD 3 maggio 2011)

- alla domanda sulla parità di rappresentanza nei luoghi dove si decide risponde:

noi siamo per la parità. ma la parità non vuol dire solo più donne nei luoghi dove si decide, ma più femministe, per equilibrare un potere machista non è sufficiente essere donne, e voi ne avete attualmente degli esempi.

- sulle pubblicità rispetto all'infanzia:

- le bambine sono proposte con lo stereotipo delle piccole donne già mammine, seduttrici, brave donnine di casa e adultizzate a volte come piccole prostitute e, a dimostrazione dice come le bambine a scuola vendano un baccello per una caramella il che trasforma anche i bambini in piccoli *maquereau*

- ai bambini invece viene lasciata la libertà di diritto al gioco infantile anche con qualche stereotipo da "maschietti" ma comunque liberi di giocare e di godere l'infanzia

- è un buon esempio la Svezia, dove hanno proibito di diffondere messaggi pubblicitari durante le trasmissioni dedicate ai bambini, in quanto si sa come spesso le immagini vengano considerate "vere" da chi, come i piccoli, ha meno strumenti per decrittarle.

- domanda su pensiero e metodi di contrasto alle pubblicità offensive:

Da quando nacque la pubblicità, 150 anni fa, da subito ebbe un' impronta sessista. Per qualsiasi azione il femminismo, non avendo né potere né denaro, deve avvalersi della forza dell'intelligenza:

- l'immagine è più pervasiva delle parole e bisogna descrivere, ma non mostrare mai le immagini che ci offendono, gli si rende un favore.

- colpire sull'obiettivo perseguito, guadagno e denaro, e dire che le donne non compreranno il prodotto reclamizzato. Noi cerchiamo di farlo con lettere cartacee che invadono fisicamente le loro scrivanie, oltre che con le e-mail

- rendiamo la parola alle donne rese mute dai manifesti con *affiches* tipo fumetto, che recitano "ho freddo" se la donna è nuda oppure "ho fame" se è troppo magra, etc

- per esempio manifestiamo davanti ai negozi delle "marche" incriminate il sabato pomeriggio - momento dello shopping - e fa l'esempio di una ditta di scarpe di lusso che usava il corpo di una donna nuda che si "offriva" alla scarpa pubblicizzata. Anche uomini sono andati con loro per alcuni sabati consecutivi, ci sono andati senza scarpe dicendo "a piedi nudi piuttosto che con queste scarpe". Loro hanno anche uomini ne "la Meute".

Concludiamo insieme convenendo che un'azione politica decisiva in proposito può essere l'ottenimento di un intervento a monte da parte dell' IAP (come avviene in Spagna), chiedendo una norma analoga anche in Francia e in Italia. L'intervento dopo che l'immagine è stata vista è più debole.

- Sulla storia cancellata delle donne

- tutto è scritto e studiato, sulle donne nella storia c'è sia la ricerca militante, sia le biblioteche femministe, ma non c'è l'Accademia, per cui sarà lunga ottenere dai programmi ministeriali di farla entrare nelle scuole. In più la storia degli uomini è fatta dagli uomini per fare emergere figure di leader, mentre quella delle donne è fatta per gruppi, per le grandi idee, più che per la visibilità, (V. Madri di Plaza de Mayo) e spesso i nomi di queste donne non emergono. Ma i loro nomi non spariranno, come per le donne che si sono battute e hanno ottenuto il diritto al voto. La strada è lunga ma tutte insieme ce la faremo.