



mostra

## LA FORMA È UN *gioco*

Le forchette erano un'allegra ossessione di Bruno Munari (1907-1998), designer, artista, pedagogista e autore per ragazzi, uno dei creativi più indefinibili del '900 (e uno dei pochissimi capaci di trasmettere buonumore). Le piegava e le disegnava a decine, tanto da farne un simbolo della sua capacità di reinventare oggetti quotidiani facendone qualcosa di sorprendente, e nel frattempo di innescare la riflessione sul rapporto tra forma e funzione, il tema che sta al centro del design. Lavorò moltissimo con ogni genere di materiali e la sua produzione è talmente multiforme che la grande mostra a lui dedicata alla Fondazione Magnani Rocca di Mamiano di Traversetolo (Parma) si intitola semplicemente *Bruno Munari. Tutto*. Dal 16 marzo al 30 giugno.

Nella foto. *Forchetta parlante*, di Bruno Munari, 1958. [magnanirocca.it](http://magnanirocca.it)

libri



tollerante e inclusivo e favorire i consumi». **Nel suo libro parla di pinkwashing: mi fa degli esempi?**

«Un tempo il *pinkwashing* denunciava l'uso improprio del nastro rosa delle campagne di prevenzione al cancro al seno da parte di aziende che in realtà non facevano nulla, poi è stato esteso alle iniziative che usano i valori femministi come motivazioni all'acquisto. Per esempio, pubblicizzano un rossetto perché ci farebbe sentire più belle e sicure di noi, come se potessimo emanciparci solo comprando. Ma le donne si sono stufate di questo tipo di messaggi». **Lei sostiene che il concetto di empowerment è ambiguo. In che senso?**

«È un termine nato nel contesto degli interventi per le donne vittime di violenza domestica, indicava l'accompagnamento all'autonomia economica. Poi ha assunto sempre più spesso un significato di potere e successo associato a degli oggetti. In realtà, l'empowerment è una risorsa da trovare dentro di sé. Ed essere femminista non è sinonimo di donna di successo». **Molte celebrity oggi si dichiarano femministe. Una scelta coraggiosa o un posizionamento strategico?**

«Il loro esempio può essere importante, io stessa da ragazzina mi sono ispirata a Beyoncé, ma per quanto una star si impegni davvero, non può essere l'unica via d'accesso a un movimento, per cui se la seguo, sono femminista. Spesso, poi, le celeb vengono identificate come le uniche



La copertina del saggio *Il femminismo non è un brand* (Einaudi), della giornalista e scrittrice Jennifer Guerra (nella foto a sinistra).

## Se il rossetto è femminista

di **Adelaide Barigozzi**

Attenta osservatrice delle questioni di genere, Jennifer Guerra, classe 1995, con il suo ultimo libro *Il femminismo non è un brand*, appena pubblicato da Einaudi, entra nel vivo del dibattito su cosa rappresenta oggi il movimento e, soprattutto, da quali pericoli deve difendersi.

**Chi sta tentando di trasformare il femminismo in un brand?**

«Le istituzioni politiche e il mercato. Voglio dimostrare che il movimento non si è svenduto, la responsabilità è di chi seleziona i valori femministi più consoni ai propri interessi svuotandoli di significato, per migliorare la sua immagine, apparire più

portavoce accreditate. Un caso esemplare è stato il processo Johnny Deep – Amber Heard: quando lei ha perso, è stato come se avessero perso tutte le donne».

**Attivista, femminista, femminista intersezionale... Il termine giusto per non venire strumentalizzate?**

«Sono tutti corretti, il pericolo deriva dalla professionalizzazione di questi ruoli. Se ci sono annunci di lavoro "per attivisti", è un problema. Cosa significa esserlo, se ti pagano? La militanza va retribuita? L'attivista di professione può rappresentare un intero movimento? Così viene meno la dimensione collettiva».

**Come vede il futuro?**

«Non sono ottimista. L'annullamento della sentenza "Roe v. Wade" sull'aborto in America è stato un pessimo segnale. La Francia ha appena fatto una legge epocale, ma la destra estrema avanza: secondo un recente sondaggio, tra i giovani uomini l'antifemminismo è in aumento vertiginoso. In Italia il caso Cecchetin ha creato uno straordinario moto di interesse, ma non è detto che avrà seguito. Sebbene non abbiano sempre visibilità, però, le femministe non vanno in letargo». |



**Il cabochon, antica tecnica di taglio delle gemme con base piatta e un volume rialzato e arrotondato a forma di cupola, nonché "firma" inconfondibile della Maison Bulgari, è protagonista di una mostra all'interno dello spazio espositivo Domvs, nella storica boutique di via Condotti 10, a Roma, fino alla metà di maggio. Curata dal Dipartimento Heritage di Bulgari, l'esposizione celebra il patrimonio e la tecnica della Maison con una selezione di gioielli dalla metà del XX secolo in poi.**



A sinistra. Orecchini *Naturalia Marina* in oro con citrine, tormaline verdi e diamanti (1991 circa). Collana *Naturalia Marina* in oro con tormaline rosa, peridot, topazi azzurri, citrine e diamanti (1991). A destra. Bracciale *Kilim* in oro con smeraldi, ametiste, rubini, perle coltivate e diamanti (1988). Tutto Bulgari Heritage.