

Saturday, February 28, 2009

Secondo una ricerca USA la donna oggetto Ã colpa del bikini

Lo rivela uno studio condotto negli Usa da Susan Fiske, ricercatrice della Prince University di Princeton.

C'era una volta la donna.

Potrebbe cominciare cosÃ la storia ma il lieto fine, siete avvertiti, non sarebbe garantito. La ragione non Ã da ricercare nella onnipresente costola adamitica per la quale, s'intende, saremo sempre dovutamente grate che come in un contratto d'affitto stata concessa e poi negata. Noi ci siamo sempre com'ovvio, Ã solo il nostro grado di affermazione in questo mondo che oggi dipende dal bikini. Ã la vita, bellezza! Direbbe uno. Ed Eva avrebbe seri problemi di comprensione, visti i costumi dell'epoca. La faccenda Ã che oggi, a suggello di infinite chiacchiere tra amiche, arriva una ricerca Usa che ci rivela una serie di veritÃ che, va detto, noi sosteniamo dalla notte dei tempi. E che sono, nell'ordine: a) l'uomo considera la donna come un oggetto; b) se cosÃ dipende da lei; c) di fronte alla vista di una donna sexy non si riscontra nel cervello maschile alcuna attivitÃ celebrale e d) tutto questo non vale al contrario.

Come se non bastasse, i verbi che saltano alla mente (sempre maschile) di fronte a un corpo desnudo sono afferrare, maneggiare e possedere, al pari di un gustoso panino durante la pausa pranzo. A sostenerlo non Ã (solo) chi scrive ma, niente meno, una ricerca condotta da Susan Fiske, ricercatrice della Prince University di Princeton, e reso noto alla conferenza annuale dell'American association for the advancement of sciences di Chicago. A quanto pare, insomma, tutta quella noiosa faccenda delle lotte femministe e femminili su cui le donne si sono volute incaponire negli anni, guarda un po', oggi hanno una corrispondenza scientifica, ed empiricamente dimostrata. Senza nulla togliere all'evidentemente scontato risultato della ricerca, ci teniamo a sottolineare quella frase tanto fastidiosa che perÃ in questo caso ci sta tutta: non Ã per dire noi l'avevamo detto. Ma noi l'avevamo detto, comunque.

DONNE OGGETTO (ma per colpa loro) Procediamo con la dovuta calma e senza facili entusiasmi: i risultati della ricerca sono messi nero su bianco, e per quanto ci riguarda siamo pronte a controfirmarli. La sentenza Ã, letteralmente: le immagini discinte e sexy di donne in atteggiamento provocante fanno considerare le stesse da parte degli uomini come oggetti. Alla stregua di un attrezzo da lavoro, la pin up che compare nella carrozzeria sotto casa, evoca nella mente maschile pensieri (o sarebbe piÃ corretto dire verbi) che si riscontrano soltanto quando si ha a che fare con attrezzi da lavoro. O, se ci va meglio, con drogati, emarginati sociali e senz'altro. La dimostrazione Ã pratica: agli studenti del corso della Fiske cavie umane volontarie cui Ã stata effettuata una risonanza magnetica al cervello - sono state mostrate foto di donne discinte, e ne Ã emerso quanto segue: gli uomini messi di fronte a queste immagini spengono il cervello (ammesso che prima fosse acceso), nel quale si attiva solo una particolare area: la stessa, guarda caso, che i rappresentanti del cosiddetto sesso forte impiegano quando osservano un attrezzo per il bricolage o, per dire, un cacciavite per lo scaldabagno che Ã scoppiato, o una casa da acquistare. L'equazione secondo la ricerca va da sÃ: se la donna si denuda e provoca incoraggia l'uomo, anzi addirittura lo spinge verso un destino ineluttabile: considerarla una cosa da usare e, eventualmente, gettare. Tutto chiaro? Il costume che avete comprato ai saldi in vista delle spiagge estive, via. Fosse mai che poi vi considerino un oggetto. E uno. Andiamo avanti.

QUESTIONE DI MEMORIA - Un'altra delle incredibili rivelazioni dello studio riguarda la memoria storica: che Ã assolutamente incrollabile quando l'immagine ammirata dall'uomo raffigura la donna mezza nuda, altrettanto assente se la suddetta Ã cosÃ, per puro caso, vestita. L'altro concetto che ora occorre afferrare quindi Ã che fa bene quella collega scollata a scollarsi, perchÃ di certo si ricorderanno di lei, a differenza vostra che d'inverno avete freddo e portate il collo alto. Il dolcevita acquistato sempre ai saldi per combattere il maltempo, via. Pure quello. Fosse mai che risultate, nonostante gli sforzi, del tutto trasparenti. E due. Proseguiamo.

La Fiske, scioccata da questa rivelazione, ci spiega che dopo aver monitorato le testoline delle sue cavie umane ha riscontrato che, durante l'osservazione delle foto, gli uomini non mostrano in alcun modo attivitÃ celebrale nelle aree del cervello che generalmente rispondono quando si ha interazione con delle persone. Cervello disattivato, per tutto quanto concerne empatia, capacitÃ di comprensione, voglia di immedesimazione. Quel mettersi nei panni dell'altro che in questo caso, vista la mise, risulterebbe per loro parecchio scomodo (per loro. Per noi dev'essere una pasqua, s'intende). Le foto sexy, insomma, portano gli uomini a pensare alle donne come a qualcosa di meno che esseri umani, spiega ancora Fiske, e ciÃ significa che questi uomini quando osservano donne in abiti o in atteggiamenti a sfondo sessuale subiscono cambiamenti nell'attivitÃ cerebrale, e possono modificare il modo con cui percepiscono la figura femminile, considerandola non piÃ come una persona con cui relazionarsi, ma come un oggetto sul quale agire, con conseguenze che tutti possono vedere nella quotidianitÃ sia

in ambito lavorativo che in altre situazioni. E insiste: "È l'unica volta in cui abbiamo visto accadere tutto questo (lo spegnimento del cervello maschile. I ricercatori, noi invece un po' più spesso) " quando le persone guardano immagini di barboni o drogati in cui non vogliono immedesimarsi".

Il bikini responsabile della "Donna oggetto" su [Fondazioneitaliani](#)

Posted by [Ciro Iodice](#) in [Intimo](#) at 18:07

Friday, February 20, 2009

il reggiseno compie 102 anni. Da sostegno a strumento di seduzione

Reggiseno arma di seduzioneIl reggiseno compie 102 anni ma se li porta bene. Auguri!!

Nel 1907 appare sulle pagine di *“Vogue”*, un semplice tessuto rigido con cinghie di supporto e bande di stoffa, che sarebbe presto diventato l'oggetto del desiderio maschile per eccellenza e delle fantasie femminili.

Negli anni '70 le femministe lo hanno bruciato in piazza. Negli anni '80, epoca delle donne rampanti, sembrava aver perso il suo ruolo nella seduzione. Finché l'ingegneria aeronautica ha fatto nascere il modello push-up e ha fatto esplodere una vera ma pacifica guerra. Un mito, una leggenda.

L'invito era affascinante: *“Guardami negli occhi. Ho detto negli occhi”*.

Sul blog 100moda, *“”* riportato un inno a questo capo di abbigliamento il cui uso e scopo sono cambiati con il tempo e con il progredire della condizione femminile.

Un tempo veniva considerato un capo necessario ma fastidioso ed ingombrante, oggi con la rivoluzione sessuale diventa un must per aumentare il proprio appeal ed affermare ulteriormente - qualora fosse necessario - la propria femminilità .

Il cambiamento della moda intima su 100moda

Posted by *Ciro Iodice* in *Intimo* at 12:09

Tuesday, February 17, 2009

Tendenza blu, il nuovo codice della moda

Per l'uomo il blu elettrico è il colore dominante nelle collezioni della prossima primavera estate. Anche quelle maschili. Perché un tocco di eccentricità non guasta.

Il pittore Yves Klein depositò il 'suo' blu, studiato con il commerciante di colori Edouard Adam all'ufficio brevetti con il nome IKB (International Klein Blue). Aveva creato un pigmento dalla miscela segreta, che poi immortalò nella sua pittura, rendendolo protagonista dei nei monocromi blu, ma non voleva che altri lo usassero.

È democratico il mondo della moda, che dipinge le collezioni dell'uomo per la primavera estate 2009 con pennellate di blu elettrico, noto anche come Pantone 286. C'è chi lo sceglie come total look o per jeans segnaletici, per giubbotti di vernice e borse da viaggio, che hanno il pregio di farsi individuare subito sul nastro bagagli agli arrivi in aeroporto.

Massimiliano Giornetti, stilista di Ferragamo, ha inserito nella sua collezione ispirata all'India bianca, "oasi di colore inattese, blu indaco e azzurri imperiali.

Un abito dal perfetto taglio sartoriale in questo colore così incredibile segna l'unione fra l'estetica Ferragamo e l'idea di questa sfilata".

Certo, da lontano l'uomo in blu elettrico può far sperare nell'arrivo, sempre ben accetto, di un elettricista (la somiglianza cromatica con le tute da pronto intervento è impressionante). Come evitare questi abbagli e coordinarlo al meglio al proprio guardaroba?

"Io ho associato una maglia blu elettrico ad un look crema", continua Giornetti. "O un trench dello stesso punto di blu ad un pantalone grigio, creando dei contrasti di colore molto sofisticati ma nello stesso tempo "naturali".

L'uomo che si sente di osare sappia che non sarà solo. Per questa stagione anche le collezioni della donna vibrano di bluette. La sua compagna ideale sarà vestita MaxMara, in coordinati gonna o pantaloni oppure in romantici abitudini-camicia di Versace

Blu elettrico anche per l'uomo su L'espresso

Posted by [Ciro Iodice](#) in [Tendenze](#) at 09:30

Wednesday, February 11, 2009

Mariella Burani Fashion Group rinnova il contratto

Mariella Burani Primavera-Estate 2009E' stato rinnovato il contratto aziendale del Mariella Burani Fashion Group di Caviago, la cui capogruppo conta 224 dipendenti.

L'accordo Ã" stato raggiunto con Rsu e i sindacati provinciali di categoria Filtea/Cgil e Femca Cisl. La segretaria generale Valeria Fedeli plaude all'intesa e allo spirito giusto dell'impresa.

Si Ã" introdotta per la prima volta l'informazione alla Rsu sul decentramento produttivo e passano dalla fase sperimentale a normativa aziendale le norme che riguardano la parificazione tra operai e impiegati del trattamento economico della malattia al 100% nei primi tre giorni.egna l'estensione dei diritti a tutte le tipologie di rapporto di lavoro".

E' previsto un premio aziendale, per il primo anno (2008) riparametrato per livello, legato ai parametri di efficienza di 4.400 euro nei prossimi anni.

L'erogazione del salario aziendale Ã" riconosciuto a tutti i lavoratori che operano nell'impresa, sia a contratto a tempo determinato che indeterminato o interinali.

"Ci sono imprenditori che reagiscono alla crisi - ha detto Fedeli - qualificando maggiormente le relazioni con la rappresentanza collettiva dei lavoratori. Continuano a investire sulle persone, operai e impiegati, che lavorano nell'azienda.

Da 'Mariella Burani' il rinnovo positivo e importante del contratto di secondo livello s...

Mariella Burani Fashion su Sassuolo2000

Posted by [Ciro Iodice](#) in [Moda donna](#) at 14:57

Friday, February 6, 2009

Fashion on Paper, e la moda viaggia sul web

Moda sul web Successo travolgente per il numero zero della rassegna delle riviste indipendenti

A guardarlo, il Tempio di Adriano, non ci si aspetterebbe mai di trovare al suo interno una realtà così in contrasto con le origini millenarie dell'edificio, eppure AltaRoma e il tempio edificato in onore dell'imperatore hanno regalato una sorpresa senza precedenti alla Capitale.

In concomitanza con la settimana dell'alta moda romana AltaRoma ha voluto creare un contesto dove il dialogo sulla moda fosse aperto, libero, senza etichette e senza preconcetti, "Fashion on paper".

Si tratta di un progetto che al suo numero zero ha riscontrato un fortissimo interesse da parte degli operatori del settore moda, una rassegna delle riviste indipendenti che la moda non solo la scrivono, ma contribuiscono a crearla. Fashion on paper ricorda per certi versi la Factory warholiana, uno spazio collettivo, fatto di cassette volutamente lasciate in giro, zone con cuscini dove scambiarsi le idee, un fashion bookshop e molto altro dove i giovani hanno potuto creare, parlare, scambiarsi opinioni, con gente di tutti i tipi, un'eterogeneità in grado di parlare di moda, di essere moda e soprattutto di anticipare la moda.

In un'ideale viaggio tra passato e futuro, la manifestazione ha preso il via con "Vreelandesque- Italian Portfolio" una mostra su Diane Vreeland, storico fashion editor di Harper's Bazaar.

La rassegna ha ospitato non solo alcune realtà editoriali su carta, ma anche, vera novità, su web.

Sì, perché internet è ormai il veicolo più veloce per diffondere le mode, un tam tam che non ha bisogno di tempo, che è immediato ed immediatamente si divulga.

Una vera e propria fucina di giovani talenti, non solo italiani, che ha partecipato ai numerosi fashion talk, agli eventi, alle performance musicali e artistiche, alle installazioni.

Si è parlato di moda, di arte, di lusso, di etica ed estetica e di tanto altro ancora, non solo a chi la moda la mastica per professione, ma anche ai cittadini, che per la prima volta hanno avuto libero accesso ad una manifestazione di questo tipo.

Tra i numerosi ospiti intervenuti ai 4 giorni di evento Angelo Flaccavento, Bettina Jacomini, Daniele Bossari, Simona Varchi, Ugo Cacciatori, Paolo Foglia, Simone Cipriani, Kofi Ansah, Imane Ayissi, Stefano Stenta, Stefania Giacomini, Mariella Milani, Fabiana Giacomotti, Grimaldi e Giardina, Pascal Gautrand, Giampietro Baudo, Diane Pernet, presente anche con uno spazio dedicato al suo blog "a shaded view of fashion", così come l'americano Scott Schuman, ideatore di "The Sartorialist", il blog che captando le future tendenze fotografando le persone per strada è diventato noto e amato in tutto il mondo.

La moda corre sul web su La voce d'Italia

Posted by [Ciro Iodice](#) in [Tendenze](#) at 11:28

Wednesday, February 4, 2009

Ancora sexy per Adriana lima e Victoria secrets

La splendida Adriana lima Ã" stata nuovamente scelta da Victoria's Secret, la nota griffe internazionale dell'intimo per il nuovo catalogo di capi di lingerie e costumi da bagno.

Dopo le splendide immagini in bikini, Adriana torna a posare per Victoriaâ€™s Secret.

Pizzi, trasparenti e bustini sul corpo mozzafiato della modella brasiliana sono un vero spettacolo da non perdere!

Che dire? Buona visione!

Posted by [Ciro Iodice](#) in [Intimo](#), [Lingerie](#) at 09:48

Monday, February 2, 2009

Da Vreeland a Avedon, pilastri della storia della moda

«Ora Armani non ha pi alibi per non sfilare a Roma»

Alta Roma punta soprattutto sulla «cultura di moda» e ha realizzato una manifestazione ricca di mostre.

«Dovendo affrontare il problema della fragilit della moda in questo momento - ha detto il presidente Nicoletta Fiorucci - ci siamo resi conto che esiste una lacuna per lâ assenza di una cultura della storia della moda.

Abbiamo perci deciso di colmarla proponendo alcune mostre su figure emblematiche del settore (Richard Avedon e Diane Vreeland) e dibattiti sul futuro del fashion e dellâ editoria ad esso correlato».

Il Tempio di Adriano  cos diventato la cornice di questa esplorazione nel passato e nel futuro della moda: fino a marted 3 febbraio ospiter i dibattiti della sezione «Fashion on paper» e la mostra «Vreelandesque. Italian Portfolio».

Lâ esposizione, a cura di Maria Luisa Frisa e organizzata dal mensile Luna,  un omaggio a Diana Vreeland, celebre fashion editor di Harpers Bazaar e direttore di Vogue America.

Attraverso servizi di moda, fotografie e riviste si ripercorre lâ interesse della Vreeland per la moda italiana e per Roma, che ne era lâ indiscusso palcoscenico.

Nel luglio del 1947, pubblic su Harpers Bazaar «Portfolio of the new Italy», un articolo che ritraeva, attraverso gli scatti di Leslie Gill, il mondo del cinema e della moda: Savelli, Tamburi, Savinio, Alvaro, Ungaretti, Rossellini, Magnani, Moravia, gli artigiani di Capri e di Roma, Ferragamo.

Figura chiave del rapporto tra la Vreeland e lâ Italia fu Irene Brin, giornalista di moda italiana conosciuta a New York, che, dal 1952, divenne Rome Editor di Harpers Bazaar.

Nel 1963 la Vreeland divenne direttore di Vogue America e continu a pubblicare servizi sulla moda italiana. Le sue interpreti furono Marella Agnelli e Benedetta Barzini.

Richard Avedon. Moda e fotografia sono un binomio indissolubile. Alta Roma rende omaggio al fotografo Richard Avedon attraverso lâ esposizione di una serie di scatti appartenuti alla modella americana Ann Theophane Graham, detta Theo. La retrospettiva «Theo by Richard Avedon», aperta al pubblico fino a marted 3 febbraio, avr una doppia dislocazione: ai Musei Capitolini e allâ Accademia di Francia-Villa Medici. Il progetto , infatti, frutto di un gemellaggio artistico tra Roma e Parigi, accomunate dalla stessa vocazione per la creativit e il gusto.

Un percorso nella vita artistica di Avedon, documentato da servizi fotografici realizzati per Harpers Bazaar nei quali  immortalata la moda parigina dellâ immediato dopoguerra, ai tempi del nuovo stile di Christian Dior.

I pilastri della storia della moda su Il Messaggero via 100moda

Posted by [Ciro Iodice](#) in [Moda donna](#) at 09:44