

A destra, la tennista Serena Williams, 37 anni. Sotto e accanto, tre immagini tratte dal video *Dream Crazier* ("Sogna più follemente") di Nike che ha per protagoniste la campionessa e altre donne del mondo dello sport.



# NON ABBIATE PAURA DI EMOZIONARVI

Le donne che mostrano i loro **sentimenti** vengono valutate meno dei maschi, denuncia uno spot di Nike che ha per voce narrante la tennista **Serena Williams**.

Ma la sportiva incita tutte a non reprimere più le proprie reazioni, in campo e sul lavoro. Ha ragione? *Grazia* lo ha chiesto a campionesse e manager

DI *Federica Ginesu*  
HA COLLABORATO *Lucia Valerio*

**È** stata definita più volte dai suoi detrattori "pazza". Negli ultimi mesi è stata penalizzata, multata, criticata per quello che ha fatto, detto o indossato. **Serena Williams**, una delle tenniste più forti del mondo e la più discussa, è la voce narrante di uno spot che è diventato virale. Realizzato dal marchio di abbigliamento sportivo Nike e lanciato durante l'ultima notte degli Oscar, ha raggiunto in pochi giorni sette milioni di visualizzazioni. «Se mostriamo le nostre emozioni veniamo definite melodrammatiche, se vogliamo competere con gli uomini ci definiscono svitate, se sogniamo le pari opportunità ci dicono che deliriamo. Quando combattiamo per qualcosa siamo delle fuori di testa, quando siamo troppo brave c'è qualcosa di sbagliato in noi e, se ci arrabbiamo, siamo isteriche, irrazionali o semplicemente pазze», afferma decisa "the Queen", la regina del tennis.

Nel video scorrono le immagini di potenti gesti atletici, di rabbia, di sfide e di grandi vittorie messe a segno dalle donne. Le atlete, in questo momento, godono di una visibilità mai avuta in passato. «Siamo piene di grinta e di energie positive ed è per questo che possiamo essere un esempio per tutte le donne», spiega la pallavolista Serena Ortolani, che ha vinto la Coppa del Mondo con la Nazionale. Ma se, da un lato, l'emotività delle campionesse può spingere le donne a liberarsi dai condizionamenti, è vero che la strada rimane lunga. «Anche nello sport veniamo messe al "secondo posto" perché, a differenza dei maschi, siamo meno brave a nascondere le emozioni», dice la ginnasta Vanessa Ferrari, che ha appena vinto una prova di Coppa del Mondo e sogna di andare alle Olimpiadi

per la quarta volta.

Perché per molti sembra rimanere vero quello che la leggenda vivente del tennis, l'ex campionessa Billie Jean King, ha twittato a proposito della reazione rabbiosa sul campo di Serena Williams. «Quando una donna è emotiva, è “isterica” ed è penalizzata per questo. Quando un uomo fa lo stesso, è schietto e non ci sono ripercussioni».

Williams ha rivendicato il diritto a esprimere se stessa, una donna forte che reagisce e per questo non deve essere derisa o considerata in modo negativo.

E le emozioni sono il terreno di gioco in cui va in scena una partita quotidiana: quella contro i luoghi comuni, le discriminazioni e il sessismo. Non riguarda solo il mondo dello sport, ma ogni ambito in cui le donne cercano di distruggere le barriere imposte dalla società patriarcale. Quell'essere definite “pazze” o “isteriche” è ancora oggi un recinto in cui imprigionare sogni o ambizioni, un'etichetta che cerca di sminuire e denigrare. **«Se un uomo palesa la sua rabbia nell'ambito lavorativo tutto rientra nella normalità, se è la donna a comportarsi in questo modo spesso viene guardata male e, quindi, quasi ridimensionata»**, dice Luisa Quarta, marketing director di Bureau van Dijk Italia e presidente del gruppo Donne manager di Manageritalia. «Resiste ancora l'insopportabile pregiudizio che identifica la rabbia femminile come conseguenza di qualche frustrazione provata nella vita privata. Oppure capita che la determinazione, l'essere agguerrite nel lavoro siano confusi con un sentimento che, in realtà, deve penalizzare entrambi i generi. Perché non puoi essere una brava manager, o un bravo manager, se sei rabbioso con i tuoi collaboratori».

«Mi è capitato una sola volta di perdere la pazienza», racconta Marisa Montegiove, una carriera manageriale in multinazionali lunga 40 anni. **«Ho alzato la voce con una persona che non stava facendo bene il suo lavoro. Non mi hanno detto che ero “isterica” ma, di certo, il mio scatto d'ira non è piaciuto e sono stata giudicata negativamente. Agli uomini, invece, episodi simili sono perdonati. È un fatto culturale e di aspettative. Io, in quell'occasione, mi sono sentita di farlo e l'ho fatto»**. È quello che viene chiamato il “doppio standard”, un doppio peso che porta a una disparità di trattamento e che colpisce le donne e lede i loro diritti. Non le rende libere di essere se stesse e le inchioda a una dimensione emotiva controllata e castigata che, in realtà, non appartiene loro.

«Noi donne ci confrontiamo con retaggi culturali radicati che considerano l'esplicitare le nostre emozioni nell'ambito lavorativo come una debolezza o come una mancanza di professionalità, invece che come l'e-

## MODELLI

Le campionesse dello sport sono diventate delle **star** perché le donne si identificano nella libertà con cui esprimono ciò che provano

spressione della nostra autenticità», dice Elinora Pisanti, direttrice delle Risorse umane di Bristol Myers Squibb, multinazionale farmaceutica americana che ha aderito all'associazione di imprese Valore D. «I modelli di comportamento sono ancora quelli maschili che puntano sul controllo, anche emotivo, e sul comando. Ma non è vero che solo noi siamo emotive, perché lo sono anche gli uomini. Dobbiamo cercare di realizzare un cambiamento e partire dal fatto che

le emozioni non hanno genere, appartengono a tutti. **È quella che chiamo “leadership autentica”. Significa poter esprimere se stesse e se stessi, e i propri sentimenti, senza avere paura di essere giudicati»**.

Un'uguaglianza di fondo che manca ed è ancora tutta da costruire. «Le emozioni stanno acquistando sempre più valore nel mondo del lavoro. Si punta sull'intelligenza emotiva che è la capacità di essere empatici, cioè attenti alla sensibilità degli altri, e di avere relazioni professionali di successo», aggiunge Pisanti che, nella sua azienda, ha introdotto questi principi e ha progettato diversi incontri sull'argomento. «In questo, forse, le donne hanno una marcia in più».

La strada, però, è ancora lunga. «È difficile de-costruire i luoghi comuni sulle emozioni perché ce li portiamo dietro fin dall'infanzia», afferma Graziella Priulla, sociologa che si occupa di temi di genere. «Ma possiamo provare a cambiare la percezione delle emozioni. La rabbia, per esempio, anziché essere considerata una reazione negativa può essere vista, in alcune situazioni, come positiva quando, per esempio, è indignazione: quel sentimento che nasce quando proviamo una lesione della dignità e dei diritti. Ed è utile alle donne in questo momento di profondi cambiamenti sociali». «Mi sento una “pazza”, ho sempre combattuto per i miei risultati. Se fisso un obiettivo non mollo finché non lo raggiungo», dice Dalia Kaddari, 17 anni, medaglia d'argento nei 200 metri alle ultime Olimpiadi giovanili, una delle promesse del futuro dell'atletica italiana. «Le emozioni corrono insieme con me. È capitato che, in alcune gare, la rabbia mi abbia dato più forza e più energia per fare meglio». **L'attenzione sempre maggiore per le atlete nasce anche da questo: sono delle apripista di nuovi comportamenti femminili**. «Non abbiamo nulla da temere», spiega Vanessa Ferrari. «La donna, a volte, può mostrare delle debolezze ma abbiamo capito di essere toste: siamo in grado di raggiungere grandi traguardi con la nostra tenacia». Sono modelli che rivendicano la propria unicità e la propria gamma di emozioni. Creano spazi, diversi da quelli tradizionali, e contribuiscono a ridisegnare i confini di una nuova femminilità. ■