

BEI CORPI MORTI: GENERE, MIGRAZIONE E RAPPRESENTAZIONE NELLE CAMPAGNE CONTRO LA TRATTA¹

Rutvica Andrijasevic

Questo saggio pone l'attenzione sul nesso fra traffico del sesso e cittadinanza europea, esaminando le diverse campagne contro la tratta lanciate nell'Europa post-socialista. Dimostrerò, attraverso uno studio delle tecniche utilizzate nella produzione di immagini, quali siano le costruzioni simboliche e stereotipate della femminilità (vittime) e della mascolinità (criminali) delle cittadine e dei cittadini dell'Europa dell'Est. Un'analisi serrata dei corpi delle donne rappresentati nelle campagne indica che l'uso dell'immagine vittimizzata procede mano nella mano con l'erotizzazione dei corpi delle donne. I corpi delle donne mutilati e morti vengono letti come un tentativo di stabilizzare le attuali trasformazioni politiche e sociali in Europa, chiudendo le donne stesse all'interno dei rigidi confini del segno "Donna". Questo saggio suggerisce come la rappresentazione della violenza sia violenta di per sé, dal momento che conferma gli stereotipi sulle donne dell'Europa orientale, riduce le donne a un oggetto passivo; separa il corpo dalla sua materialità e dal contesto storico in cui si svolge la tratta e, infine, confina le donne all'interno del registro simbolico fortemente limitante della "Donna", per mantenere un immaginario ordine sociale in Europa.

Introduzione

Poster e depliant segnalavano alla fine degli anni Novanta il rischio del pericolo della tratta, apparso in quasi tutti gli stati dell'Est, del Sud-Est Europa e dell'ex-Unione Sovietica. Le campagne avevano forme diverse: includevano poster da porre in ambienti chiusi o esterni (per esempio sugli autobus e cartelloni pubblicitari), manifesti, volantini, cartoline, adesivi, buste della spesa e calendari tascabili, oppure pubblicità in radio, in TV e anche documentari. La maggior parte delle campagne sono state realizzate dall'*International Organisation for Migration* (IOM - Organizzazione Internazionale per la Migrazione), uno dei più importanti attori nello sviluppo dei programmi contro la tratta, consulente governativo sulle politiche contro la tratta, che amministra la ricerca sulla tratta per l'industria del sesso. L'IOM, in quanto agenzia intergovernativa, collabora strettamente con i governi nazionali, con la Commissione Europea (EC), l'Organizzazione per la Sicurezza e la

¹ La versione originale di *Beautiful dead bodies: gender, migration and representation in anti-trafficking campaigns*, è stata pubblicata in «Feminist Review», n. 86, 2007, pp. 24-44. La traduzione italiana, a cura di Tiziana Mancinelli e Sonia Sabelli, è semplicemente uno strumento di lavoro per l'incontro del 27 febbraio 2009 del Laboratorio di studi femministi Sguardi sulle differenze.

Cooperazione in Europa, oltre a varie filiali delle Nazioni Unite. L'ultima "Conferenza Europea sulla prevenzione e per combattere il traffico degli esseri umani", che ha avuto luogo a Bruxelles nel settembre 2002, ha offerto il miglior esempio del ruolo significativo dell'IOM in Europa. La conferenza, intitolata *A Global Challenge for the 21st Century* (Una sfida Globale per il XXI secolo), si è tenuta sotto l'auspicio dell'IOM e della Commissione Europea, ed era finalizzata a stabilire le linee guida per le politiche europee contro la tratta. Il lavoro che l'IOM svolge contro la tratta è una delle sette principali aree di intervento della cosiddetta "gestione dell'immigrazione" - che costituisce l'obiettivo principale dell'attività dell'IOM.² Le campagne contro la tratta hanno l'obiettivo di accrescere il grado di consapevolezza sul traffico di donne e vengono indirizzate sia al pubblico in generale che a un gruppo selezionato, come le potenziali vittime di traffico, chi fa politica, i funzionari dei servizi pubblici e le forze dell'ordine.

Il traffico di donne, definito come trasporto di persone tramite la coercizione, con l'inganno o con la forza all'interno di un contesto di schiavitù e sfruttamento, è comunemente associato alla schiavitù sessuale e al crimine organizzato. Le misure contro il traffico di donne includono le politiche che hanno l'obiettivo di introdurre una legislazione sempre più rigida sulla criminalità e di migliorare la cooperazione internazionale delle forze di polizia; vengono inclusi progetti e campagne per la protezione delle vittime e per informare le giovani donne sui pericoli della tratta. In vari paesi dell'Europa orientale, dove le misure legislative contro la tratta sono ancora in fase di sviluppo, le campagne informative costituiscono un mezzo privilegiato per la prevenzione alla tratta. Spesso vengono tagliati fuori da questo dibattito il ruolo delle politiche sull'immigrazione e la codifica di genere del lavoro, che serve a sostenere le condizioni di vulnerabilità che le donne migranti senza documenti affrontano nei servizi e nei settori del sesso.

I meccanismi di controllo dell'immigrazione consegnano i/le migranti, una volta arrivati/e alle loro destinazioni, a settori dell'economia dove esiste una domanda di lavoro razzializzato e con forte sfruttamento – in particolare si parla di lavoro domestico e nell'industria del sesso. Come è stato osservato in diverse occasioni, il controllo dei confini e il regime dei permessi di soggiorno non impedisce alle persone di muoversi dal loro paese di origine, né di raggiungere l'Europa (Andreas e Snyder, 2000; Mezzadra e Rigo, 2003). Piuttosto, accresce le modalità di viaggio "senza documenti", il coinvolgimento di persone che lavorano nella tratta e che traggono profitto da essa (Koslowski, 2001; Andrijasevic, 2003). Inoltre, la restrizione dei permessi di soggiorno e delle regolamentazioni sul lavoro in tutta Europa frenano la mobilità sociale e lavorativa delle donne migranti e permettono pratiche di lavoro molto vicine alla schiavitù, in particolari settori economici informali e poveri di regolamentazione e dove i controlli sono difficili da far rispettare (Anderson e O'Connell Davidson, 2003).

Analizzerò le diverse campagne partendo da quella dell'IOM nella Repubblica Ceca del 1998-1999 – una delle prime campagne contro la tratta nell'Europa orientale, e concludendo con una campagna piuttosto recente negli Stati Baltici (Lituania, Lettonia ed Estonia) del 2002; in cui riconosco alcune strategie

² Cfr. http://www.iom.int/en/who/main_mission.shtml.

rappresentative e degli elementi comuni alle varie campagne dell'IOM che ricorrono da un luogo di rappresentazione a un altro. Queste, come mostrerò, stabiliscono un vero e proprio sistema specifico di rappresentazione del traffico, organizzato intorno alla dicotomia di vittime e criminali. Per offrire un'analisi più dettagliata di questo sistema di rappresentazione, completerò la mia analisi delle campagne nella Repubblica Ceca e negli Stati Baltici con esempi ulteriori di campagne dell'IOM in Ucraina e Moldavia nel 2001.³

Le immagini di corpi di donne sono il vero nocciolo delle campagne dell'IOM contro la tratta. Le campagne ricorrono alla vittimizzazione dei corpi femminili per avvertire le potenziali donne migranti sui pericoli connessi alla migrazione e alla prostituzione, e come mezzo per metterle in grado di compiere delle scelte consapevoli per quanto riguarda il lavoro e i viaggi all'estero. Ancora, come illustrerò in questo articolo, le tecniche usate per produrre immagini vittimizzanti potrebbero avere effetti paradossali e contribuire anche ad oggettificare le donne, perché rinchiudono i corpi delle donne all'interno di rappresentazioni stereotipate, tracciando confini entro i quali le donne possono essere immaginate come agenti attivi. La mia analisi della campagna nella Repubblica Ceca e negli Stati Baltici mostrerà come le strategie di rappresentazione, utilizzate nelle campagne per comunicare i rischi della tratta, identificano la migrazione delle donne con la prostituzione forzata, incoraggiando le donne a stare a casa; il risultato non è altro che uno spettacolo erotizzato e voyeuristico dei corpi delle donne. Esaminando le strategie di rappresentazione che tratteggiano i corpi femminili inanimati e feriti, per mettere in guardia le migranti rispetto alla tratta, spiegherò come questo tipo di rappresentazione ristabilisce uno scenario familiare dove i corpi delle donne sono dipinti come oggetti passivi della violenza maschile e sono circoscritti all'interno degli spazi della casa e della nazione. Oltre ad essere rappresentati attraverso i corpi di donne ferite/intrappolate, i pericoli del lavoro migrante all'estero vengono comunicati anche attraverso le varie rappresentazioni dei trafficanti. Come esporrò ampiamente nella terza sezione, le immagini diffuse da molte campagne per rappresentare i trafficanti non sono per niente ingenui: delineano la tratta come un impersonale e capillare sistema di controllo e incoraggiano l'idea di una diffusa criminalizzazione delle società dell'Europa orientale.

Identificando la costruzione della femminilità e della mascolinità delle cittadine e dei cittadini dell'Europa orientale in modo altamente simbolico e stereotipante – questa sezione suggerisce che le campagne contro la tratta dell'IOM agiscono come luoghi di contenzione rispetto ai confini e all'appartenenza alla comunità europea. La mia analisi sui corpi mutilati delle donne, e in particolare sul corpo morto della donna usata nelle campagne degli Stati Baltici, è un tentativo di stabilizzare le attuali trasformazioni politiche e sociali in Europa, catturando le donne all'interno dei rigidi confini del segno "Donna". Mentre la globalizzazione e l'integrazione stanno modificando le modalità del lavoro in Europa, e mentre le donne dell'Europa orientale stanno rivendicando, attraverso la migrazione, il loro "diritto ad uscire" da condizioni oggettive che impoveriscono la loro vita (Mezzadra, 2001) – le campagne

³ Ringrazio i funzionari dell'IOM dell'Europa orientale per avermi messo a disposizione il loro materiale delle campagne contro la tratta.

dell'IOM svelano le ansie che accompagnano queste trasformazioni e tentano di ristabilire un controllo attraverso uno schema di genere. I corpi delle donne, a mio parere, sono ancora una volta i luoghi in cui si concentrano le inquietudini suscitate dal cambiamento del panorama europeo, e dove è possibile percepire il desiderio di ristabilire un rassicurante ordine familiare, di razza e di genere in Europa.

La rappresentazione della migrazione delle donne

Nel 1999, l'IOM ha prodotto su larga scala una campagna contro la tratta nella Repubblica Ceca in collaborazione con l'organizzazione non governativa La Strada. La campagna utilizzava quattro immagini che fanno riferimento al lavoro di intrattenimento, di cura, della ristorazione e del campo della moda. Tutte le immagini sono state realizzate in bianco e nero e sono divise verticalmente in due metà esatte. Sul lato sinistro troviamo una fotografia di una donna e sul lato destro una storia di migrazione e prostituzione forzata. Sotto il testo il numero della help-line de La Strada (in giallo), il logo dell'IOM e il nome delle istituzioni che finanziano la campagna. Un rettangolo giallo che imita un annuncio di lavoro è posizionato sulla parte superiore della cornice. Nell'immagine 1, il testo sul lato destro è disposto nel modo seguente. All'inizio è collocato un titolo: "Il ritorno a casa non sarà facile", "Sei sicura di conoscere cosa ti aspetta?", "La cieca fiducia apre gli occhi troppo tardi", e nell'immagine 2 "Pensi che non potrebbe mai accadere a te?". I titoli sono seguiti da un testo non molto lungo in caratteri più piccoli dove un "Io" narra la sua storia di migrazione. Nella prima sezione del testo, ognuno dei quattro personaggi esplicita il proprio desiderio di migrare e lavorare all'estero, il contatto con l'agenzia o l'individuo che organizza il viaggio e il lavoro, poi l'inganno non appena arrivate a destinazione e, infine, la coercizione alla prostituzione. Nella seconda e nell'ultima sezione è posta una scritta in grassetto, la storia riprende e chi legge viene avvertita/o dei pericoli della migrazione e viene consigliata/o su come migrare in modo sicuro. Non esiste un'evoluzione narrativa in quest'ultima sezione. In altre parole, una volta che il tema della prostituzione forzata è presentato nel paragrafo precedente, la storia si ferma. Per esempio, nell'immagine 2 sul lavoro nell'industria della moda: il personaggio Monika racconta di come ha risposto all'annuncio pubblicitario trovato sul giornale per un lavoro come modella all'estero. Dopo un breve corso, l'agenzia la invia all'estero per un servizio fotografico che si trasforma in un servizio per un film pornografico. Il testo in grassetto dice: "Gli uomini fanno a turno con me come un nastro trasportatore. Mi hanno guardato da vicino, non potevo scappare". Nell'immagine 1, la richiesta di lavoro era per il settore dell'intrattenimento, il personaggio Anna dice: "Mi hanno preso tutti i documenti, mi hanno drogata e forzata alla prostituzione. Probabilmente non finirò mai la scuola" (immagine 1). Nell'esempio di Monika e Anna – che non è molto diverso da quello di altre due donne che, emigrate per svolgere il lavoro di cura e di cameriera, si ritrovano nella situazione della prostituzione forzata – l'assenza di progressione implica una situazione di immobilità e intrappolamento. L'introduzione del tema della prostituzione forzata interrompe bruscamente la narrazione dei

personaggi sulla speranza di migrazione: la prostituzione forzata rappresenta quindi la fine dei loro percorsi migratori.

La situazione di immobilità viene comunicata anche attraverso la struttura della fotografia: le donne sono sempre poste sul lato sinistro dell'immagine. L'organizzazione e la composizione delle figure sottolinea lo stato di raggio, accresciuto ulteriormente dal drammatico effetto ottenuto attraverso l'uso del bianco e nero della fotografia e dal prolungamento dell'immagine. La combinazione del formato verticale e il prolungamento produce un effetto di «contrazione» attraverso il quale, come spiega l'analista Anne M. Cronin (2000: 80), le immagini sono incorniciate dal testo per ottenere «un grado di chiusura del significato». All'interno dell'economia delle immagini de *La Strada*/IOM – come illustra bene uno sguardo ravvicinato alla composizione della pubblicità e alle tecniche fotografiche – la chiusura del senso corrisponde all'imprigionamento dei personaggi femminili all'interno della prostituzione forzata.

Nell'immagine 1, l'uso di un film sgranato – a una velocità più lenta – dà ad intendere che ci sia un ambiente logoro e delle attività “degradata” che si svolgono all'interno. L'apparenza dello squallore è accresciuta dall'uso della prospettiva “dal buco della serratura” e da uno sguardo angusto e diretto in una maniera voyeuristica alla figura della donna, la cui pelle bianca contrasta coi colori del buio circostante e la separa dallo sfondo. L'elemento voyeuristico è rafforzato dalla figura leggermente spostata dal centro. Tanto che il suo fondoschiena diviene il punto in cui si concentra lo sguardo: l'occhio dello spettatore viene quindi guidato lungo una linea diagonale – la sua gamba destra – che si tende come il punto focale della composizione. La ragazza entra in un luogo angusto, buio e squallido, dove non è possibile entrare: chi guarda non è invitato a seguirla perché non è un luogo dove potrebbe far piacere stare.

Nell'immagine 2, la situazione di immobilità è resa dalla costruzione di uno stato di immobile sospensione ottenuta anche grazie alla posizione sospesa in cui il personaggio è posto. Non ci è data la possibilità di capire quale sia la distanza dal suolo. Questo stato di sospensione è ulteriormente enfatizzato dallo sguardo contemplativo della figura, diretto verso il basso. Questa posa e l'assenza del suolo visibile comunicano l'eventualità che il personaggio stia pensando di tentare un possibile salto: non può farlo perché un gancio la tiene in quel posto e le impedisce di farlo. La relazione fra il testo della storia sul lato destro della pubblicità e l'immagine, costruisce l'idea che la giovane donna sia caduta nel mondo della pornografia e della prostituzione forzata, dove scappare è una possibilità remota: “Loro mi hanno vista da vicino e io non posso scappare”.

Invece è possibile leggere quel salto non come un salto verso la libertà, ma come un salto verso la morte. Il suicidio, come interpretazione, diviene plausibile quando leggiamo la storia sul lato destro: “Nella fotografia hanno coperto i graffi e i lividi del mio corpo. Ma come posso nascondere le cicatrici della mia anima?” Stando a questo senso comune di “essenza” dell'essere umano, l'anima (ferita) è costretta a vedere la prostituzione non soltanto come una forma di violenza psicologica, ma anche come un tipo di violenza che manda in frantumi la personalità e dalla quale non si può tornare indietro. La

situazione di immobile sospensione nell'industria del sesso priva perciò la giovane donna anche dell'ultima e più disperata via di fuga: quella del suicidio. In altre parole, perde il controllo non solo sulla propria vita, ma anche sulla morte.

La campagna de La Strada/IOM contro la tratta, con questo gioco di significati fra testo e immagini, ha come risultato la riduzione del tema della migrazione all'interno del regno della prostituzione forzata. Il significato è scandito quindi dalle relazioni fra il testo e le immagini, ed è fissato in questo senso per identificare le forme più comuni (e accessibili) della migrazione delle donne con la coercizione alla prostituzione. Come ha illustrato Stuart Hall (1997: 228) nella sua analisi delle pratiche della rappresentazione, «per fornire un "significato fisso" sono richiesti due discorsi: il discorso del linguaggio scritto e il discorso della fotografia». Il modo in cui si cerca lavoro non conta: anche se Anna lo aveva trovato come ballerina all'estero attraverso un suo contatto, se Veronika aveva contattato una famiglia che le ha cercato lavoro come ragazza alla pari attraverso un annuncio sul giornale, se Marta aveva avuto un'offerta di lavoro in un ristorante attraverso un conoscente e se Monica aveva risposto a un annuncio su un giornale di un'agenzia di moda, tutte finiscono comunque in una situazione di prostituzione forzata. Inoltre, la campagna tralascia esplicitamente i riferimenti alla migrazione per *sex work*: ciò implica che non sono incluse coloro che hanno stipulato il contratto con una terza parte per svolgere il lavoro di *sex worker*, alle quali non è neanche indirizzata la campagna. Poiché la campagna fa rientrare tutta la migrazione all'interno della prostituzione forzata, il messaggio sottinteso è quello che l'opzione più sicura è di rimanere a casa. Invece di parlare di autodeterminazione delle donne e di migrazione sicura, la serie di immagini scoraggia in realtà la migrazione informale per lavoro, suggerendo che la casa è il posto più sicuro per le giovani donne. La campagna, quindi, rappresenta le donne all'interno dei modelli tradizionali di femminilità, che posizionano le donne al di fuori del mercato del lavoro, cioè della produzione, e all'interno del regno della casa, cioè relegandole alla riproduzione all'interno della sfera privata. Pertanto, queste pubblicità sostengono l'idealizzazione della casa come posto sicuro, privo di conflitto, pericolo e sfruttamento.

Un'altra interpretazione che viene espressa riguarda il lavoro delle donne migranti: la campagna cancella ogni possibilità di lavoro al di fuori di quello di cura/domestico e indica il lavoro come *sex worker* come il più comune che una donna senza documenti può trovare in EU. Nonostante le migliori intenzioni di consigliare le donne migranti senza documenti, la campagna non prende in considerazione le misure restrittive per l'immigrazione in EU, le politiche sul lavoro e la difficoltà di ottenere un permesso di lavoro per una giovane donna che proviene da un paese non-EU senza un notevole appoggio finanziario (Anderson e Phizacklea, 1997; Parreñas, 2001). Inoltre, la campagna fallisce nel non considerare che i confini chiusi, i controlli europei e le leggi restrittive sul lavoro creano le condizioni per la proliferazione della tratta e lo sfruttamento del lavoro (Anderson e O'Connell Davidson, 2003; Berman, 2003; Andrijasevic, 2004).

La narrazione dei criminali e delle vittime

Nella campagna realizzata dall'IOM in collaborazione con La Strada, si dice al lettore che le giovani donne sono state ingannate dalle agenzie o da singoli individui e che poi sono state costrette a prostituirsi all'estero. La rappresentazione della tratta si basa su un dualismo estremamente semplicistico, che contrappone le vittime giovani e innocenti ai malevoli trafficanti che le adescano per spingerle a migrare all'estero. Per dirla in maniera diversa, all'interno dell'economia discorsiva della tratta, la narrazione della vittimizzazione delle donne si intreccia ed è contingente alla narrazione della criminalità.

Nella campagna lanciata in Ucraina dall'IOM nel 1998, l'osservatore dell'immagine 3 è rappresentato coi contorni di una gigantesca figura maschile che tiene una gabbia contenente una figura femminile nella mano destra e del denaro (dollari statunitensi) nella mano sinistra. La scritta dice: «Vuoi barattare la tua dignità, la tua libertà e la tua salute con una gabbia?». Nella campagna contro la tratta diffusa in Moldavia dall'IOM nel 2001, l'immagine 4 rappresenta una figura femminile che viene passata da una mano – caratterizzata visivamente come maschile – a un'altra mano maschile in cambio di denaro (ancora dollari statunitensi). Dopo aver suggerito che i dollari statunitensi sono la principale moneta di scambio nei due paesi, le immagini implicano un legame tra i trafficanti e le reti criminali, visto che in entrambi i casi la mascolinità è caratterizzata dall'ostentazione dei contanti, da un bracciale d'oro e da un anello con sigillo, tipici codici visuali che denotano un pappone o un mafioso.

In altre campagne dell'IOM, le idee di pericolo e di controllo sui corpi delle donne non vengono più suggerite da significanti che sono visivamente rappresentati in quanto maschili. Utilizzando l'immagine della tela di ragno, la campagna diffusa dall'IOM in Ucraina nel 2001 rappresenta la tratta in termini di una minaccia avvolgente e priva di genere. Nell'immagine 5 la silhouette è sostituita da un ragno enorme – la cui immagine rappresenta il pericolo connesso alla tratta – che ha catturato nella sua rete un corpo femminile nudo e si sta arrampicando verso di esso. La figura femminile nuda, con le spalle rivolte all'osservatore, si ritrova schiacciata tra due inserzioni sul giornale e intrappolata nella tela del ragno. I pericoli connessi alla tratta vengono rappresentati tramite l'interazione tra i discorsi testuali dell'intestazione, “La rete della tratta, e del piè di pagina, “L'ignoranza uccide”, e attraverso l'immagine del corpo di donna imprigionato all'interno della tela di ragno, con un enorme ragno che la sovrasta. Allo stesso modo, la campagna diffusa negli Stati Baltici utilizza degli uncini e delle funi per comunicare l'immagine di un pericolo anonimo e pervasivo. Nell'immagine 6, gli uncini e le corde che mantengono il corpo femminile sospeso a mezz'aria lasciano l'occhio dell'osservatore all'esterno della cornice visiva, alludendo a una terza parte invisibile. Si sottintende che quest'attore assente ha un controllo assoluto sulla figura femminile sospesa, di cui dirige i movimenti. Qui, come nella campagna che rappresenta il ragno, il genere del trafficante (dei trafficanti) non è specificato. La rappresentazione del trafficante (dei trafficanti) come

visibilmente maschile è stata sostituita da un pericolo privo di genere, segnalato dagli uncini e dalle corde.

Se le campagne dell'IOM volessero rappresentare adeguatamente il fatto che le terze parti sono sia uomini che donne, come suggeriscono le ricerche sulla tratta (Maluccelli, 2001; Hopkins e Nijboer, 2004), allora la rappresentazione della varietà delle terze parti richiederebbe altre metafore, in modo da evitare di identificare i trafficanti con gli uomini. Abbandonando i gioielli d'oro pesante e i contanti nelle mani maschili, e proponendo invece delle immagini spersonalizzate, le campagne diffuse dall'IOM a partire dal 2001 separano l'idea dei trafficanti dalla loro identificazione con mafiosi e/o papponi. Tuttavia, l'uso di immagini spersonalizzate, come la tela di ragno, gli uncini e le corde, rappresenta i/le trafficanti in termini di un sistema impersonale e capillare di controllo sui corpi delle donne. Una simile rappresentazione incoraggia le assunzioni comuni sulla criminalizzazione delle società dell'Europa orientale nell'epoca post-1989 e alimenta la paura dell'espansione della mafia russa verso occidente.

Allo scopo di comunicare la condizione di abuso perpetuata dai trafficanti, le campagne ricorrono alla metafora visiva della bambola come significante privilegiato. Questo è chiaramente visibile nella campagna dei Paesi Baltici, che fa esplicito riferimento alla bambola. Il corpo senza vita, le corde e la terza parte "invisibile", sono tutti elementi che invitano gli osservatori ad associare la vittima della tratta con una marionetta. Vengono adoperate anche delle variazioni sul tema, ad esempio mostrando lo stesso corpo femminile in una posizione rannicchiata, oppure mostrando semplicemente alcune parti del corpo, come le gambe appese. Nelle immagini 7 e 8 ci sono due didascalie testuali, "Non fidarti dei soldi facili all'estero" e "Sarai venduta come una bambola", che letteralmente comprimono e fissano il corpo nel referente della bambola.

Secondo gli autori della campagna, la cattura della figura femminile nel tropo della bambola era finalizzata a comunicare le esperienze vissute delle donne "trafficate":

La nudità doveva servire a mostrare l'impotenza e la vulnerabilità delle donne "trafficate". Gli uncini sono metafore visuali usate per trasmettere un aspetto essenziale della tratta, cioè la manipolazione e lo sfruttamento a cui sono soggette le donne "trafficate" [...] Le donne vengono picchiate, stuprate, drogate; vengono sfruttate in maniera spietata e vivono in condizioni simili alla schiavitù, ammanettate ai letti in squallidi recinti. Alcune non sopravvivono nemmeno per raccontare le loro storie, perché vengono uccise o si suicidano per la disperazione [...] La maggior parte delle donne "trafficate" si ritrovano ad essere trattate come schiave, senza alcun tipo controllo sulle proprie vite. Questa era l'idea che volevamo comunicare.⁴

Come dimostra questa citazione, la costruzione delle donne come vittime della tratta ricorre alla metafora visiva della bambola allo scopo di comunicare l'abuso, lo sfruttamento e la privazione della libertà che sono generalmente associate alla tratta. In questa cornice, la nudità e gli uncini funzionano come una sineddoche visuale per l'esperienza effettiva delle donne in quanto tali. In

⁴ Lo scambio di opinioni tra Ann Jordan e Laurentiu Ciobanca, responsabile dell'informazione di massa dell'IOM, è stato postato sulla mailing list "Stop Trafficking", vol. 1, n. 44, il 13 dicembre 2002.

altre parole, la concettualizzazione della “marionetta umana”, da parte dell'IOM, si basa su un progetto che presuppone una relazione diretta tra la realtà delle esperienze delle donne e la sua rappresentazione.

Le artiste e le teoriche femministe dimostrano che l'atto di fondere le immagini visuali delle donne con l'esperienza dell'incarnazione⁵ è un'operazione problematica (Reckitt e Phelan, 2001). Le femministe hanno sottolineato la differenza tra «la donna come rappresentazione» e «la donna come esperienza»; e hanno dimostrato che le donne, in quanto esseri storici e soggetti delle relazioni sociali, non dovrebbero essere confuse con la Donna, che è «pura rappresentazione, un posizionamento all'interno del modello fallico del desiderio e della significazione» (De Lauretis, 1987: 20). La “Donna” in quanto rappresentazione è un significante legato a un ordine simbolico che la posiziona in quanto Altra irrazionale rispetto all'Uomo, identificata con il corpo e l'emozione, priva di consapevolezza e confinata all'immanenza (Braidotti, 1994). La rappresentazione delle donne come bambole è parte del repertorio patriarcale della cultura occidentale, un tipo di “testo-cultura” che permea sia la cultura alta che quella bassa e che viene invocato molto spesso allo scopo di confinare la minaccia rappresentata dalla soggettività femminile (Meijer, 2002). La nudità, le corde e gli uncini usati come metafore nelle campagne dell'IOM non comunicano una somiglianza tra «la donna come rappresentazione» e «la donna come esperienza» ma piuttosto, suggerisco io, esse rivelano la distanza tra le due e trasformano le donne nella Donna, un'operazione che vincola la donna ad un suo luogo specifico, in quanto portatrice di significato nell'ordine simbolico (cfr. Mulvey, 2003: 44).

Rappresentando le donne come bambole, le campagne dell'IOM riducono ripetutamente le donne alla “Donna”, rendendo così le loro azioni e i loro desideri più controllabili e meno minacciosi. In un'epoca di riorganizzazione politica e simbolica dello spazio europeo, l'atto di riproporre significanti come le bambole, da parte dell'IOM, può essere difficilmente considerato come un contributo attivo alla creazione di nuove immagini della femminilità. Piuttosto, il repertorio dell'IOM, organizzato intorno alle nozioni di passività, domesticità e crimine, sostiene una rappresentazione delle società dell'Europa orientale in maniere che sono fortemente stereotipate, e costringe le donne e gli uomini dell'Europa orientale all'interno di un ordine della rappresentazione che le/i confina e le/li invalida.

Femminilità, voyeurismo e morte

Nelle campagne contro la tratta promosse dall'IOM, campeggia un corpo muto, inerte e deturpato – un corpo vittimizzato – come personificazione dell'oggettivazione: è un corpo esibito per essere osservato.⁶ Le figure

⁵ [Si tratta di una «“incarnazione” intesa in senso laico» – come ha precisato Liana Borghi – perché il termine *embodiment* si riferisce al «concetto di corporeità, di assunzione, di frequentazione, abitazione, infestazione del corpo o radicamento in esso». Cfr. nota 69 in Donna Haraway, *Manifesto Cyborg*, Feltrinelli, Milano 1995, p. 101. N.d.T.]

⁶ Usando le prospettive semiotiche e psicoanalitiche, le teoriche femministe e degli studi culturali hanno dimostrato che c'è una componente sessuale nell'atto di guardare un'altra

femminili non guardano mai verso il pubblico: di solito le loro teste sono chinate, in modo che i capelli cadano sui loro volti, oppure rivolgono le spalle agli osservatori. Le teoriche femministe e degli studi sul cinema hanno identificato il processo di guardare senza essere visti – nel quale i corpi femminili passivi e violati non possono rispondere allo sguardo – con il voyeurismo maschile (De Lauretis, 1987; Mulvey, 2003). L'aspetto voyeuristico accomuna molte delle campagne analizzate qui, a causa della ricorrente esibizione dei corpi femminili come oggetti dello sguardo, o grazie all'uso di specifiche tecniche fotografiche, come la prospettiva "dal buco della serratura". Comunque, si può osservare un'operazione di dislocazione anche nell'immagine della marionetta umana. La dislocazione opera qui nei termini di un trasferimento di significato; la pelle deturpata, solo una parte del corpo, funziona come una metonimia del corpo deturpato/vittimizzato. Questa sostituzione di una parte per il tutto è caratteristica della pratica del feticismo che, come rileva Stuart Hall (1997: 267), è strettamente connessa al disconoscimento come «una strategia attraverso la quale si indulge in una potente fascinazione di desiderio, e allo stesso tempo la si nega». La presenza di un uncino, che trafigge il corpo, sposta lo sguardo dal corpo alla pelle, permettendo all'osservatore di continuare a guardare, mentre simultaneamente rinnega la natura sessuale dello sguardo.

Un aspetto ulteriore della rappresentazione dei corpi femminili, nelle campagne dell'IOM, emerge se teniamo presente che queste immagini non si riferiscono solo alle vittime della tratta ma anche (e forse soprattutto) alle vittime della prostituzione forzata. Come sostiene Hall (1997: 268) nella sua analisi di Freud e dell'erotizzazione dello sguardo, «l'atto di guardare è spesso guidato dalla ricerca non confessata di un piacere illecito e di un desiderio che non può essere soddisfatto». Il corpo femminile della "marionetta-umana" acquista senso proprio da questa oscillazione tra desiderio e negazione, che combina in maniera ambigua la fascinazione/erotizzazione della prostituzione attraverso il feticismo della pelle, assieme al suo simultaneo rifiuto attraverso gli strappi della pelle. Una lettura dei corpi attraverso la pelle indica che l'IOM costruisce i corpi femminili in termini di oggetti sessuali(zzati), modellati da una percezione non confessata (o forse inconscia) della prostituzione (forzata) come qualcosa di erotico. Dunque, la produzione della femminilità attraverso le strategie rappresentative della vittimizzazione e dell'erotizzazione sembra essere intrinsecamente legata al corpo femminile come spettacolo.

La produzione di un corpo femminile aggredito attraverso le deturpazioni della pelle mette in primo piano gli interrogativi sulla formazione del soggetto. Le teoriche femministe hanno rilevato che, essendo il livello «esteriore» del corpo, la pelle funziona anche come un «oggetto-limite», che separa il sé dall'altra (Ahmed e Stacey, 2001), o come una «soglia» di accesso all'altra e alle altre (Irigaray, 1993). La pelle come soglia di accesso separa e allo stesso tempo connette il sé all'altra (le altre). Nell'economia delle campagne dell'IOM, l'incontro con l'altra assume una varietà di significati. Quando si mette in primo piano l'aspetto della migrazione, allora la pelle ferita indica gli incontri violenti/violanti con persone di diverse identità nazionali e culturali che "lei" ha

persona come se fosse un oggetto e nel piacere che ne deriva. Laura Mulvey (2003: 46) ha definito il piacere di guardare come "scopofilia".

incontrato durante il suo percorso migratorio. Inoltre, nella struttura della tratta, l'incontro con l'altra (le altre) non riguarda solo il contatto con l'altra (le altre) straniera in termini di cultura o nazionalità, ma riguarda soprattutto la natura sessuale di quell'esposizione. Dunque, la pelle aggredita e danneggiata della marionetta umana segnala un soggetto il cui sé è stato ferito in maniera indelebile come conseguenza dell'incontro con altri corpi. Come sostiene Sara Ahmed (1998: 36), proprio perché la pelle è caratterizzata dalla «costitutiva possibilità di infiltrarsi tra l'una e l'altro», perché dovrebbe impedire che l'«esterno» diventi «interno» e l'«interno» diventi «esterno», può essere meglio interpretata come «un luogo di crisi sociale e di instabilità». A causa della minaccia di insicurezza che conterrebbe, l'Altra femminile, che infrange costantemente le categorie della differenza, deve essere trattenuta. Gli uncini e le corde svolgono esattamente questa funzione: tengono il corpo femminile al suo posto, in modo da ristabilire l'opposizione binaria tra il sé e l'altra e in modo da recuperare l'ordine gerarchico in cui "lei" viene tenuta sotto controllo nell'atto di catturarla in quanto "Donna" (cfr. Bronfen, 1992: 189). L'operazione di fissare il femminile in una figura statica è caratteristica di tutte le campagne IOM esaminate qui,⁷ ma viene portata agli estremi nella campagna diffusa nei Paesi Baltici. Le posizioni della testa, delle braccia, delle mani, delle gambe e dei piedi servono tutte a trasmettere l'immagine delle donne "trafficate" come oggetti inanimati. Questa costruzione diventa ancora più evidente nelle immagini 7 e 8, in cui la messa a fuoco esclusivamente sulle gambe e i piedi della donna suggerisce la lettura del corpo femminile come un corpo morto.

Come nel tropo della bambola, anche il corpo femminile morto è parte del repertorio abituale di immagini della cultura occidentale. Nel suo libro sulla morte, la femminilità e l'estetica, Elisabeth Bronfen (1992) dimostra che l'accoppiamento di femminilità e morte è un tema costante nella letteratura e nella pittura dal XVIII secolo all'età moderna. È proprio perché le immagini della morte femminile sono così familiari e così eccessivamente ovvie, spiega Bronfen, che spesso sfuggono alla nostra osservazione. E soprattutto perché ciò che viene effettivamente negoziato sulla rappresentazione del corpo femminile morto non è visibile. Infatti, sia la morte che la femminilità sono tropi privilegiati attraverso i quali la cultura reprime (e articola) la propria consapevolezza della morte, così come il proprio desiderio di immutabilità. Nella rappresentazione della morte, l'esistenza della morte viene allo stesso tempo riconosciuta e repressa, proprio perché esiste in quanto immagine, e in quanto tale è confinata al regno della rappresentazione, e perché riguarda il corpo di qualcun'altra, confermando così che gli osservatori sono viventi. Il femminile, in quanto simbolo che destabilizza il registro simbolico, nella morte diventa una figura statica che rappresenta l'Alterità in maniera stabile. Il corpo femminile sacrificato, spiega Bronfen, è il luogo in cui si negozia la lotta per riaffermare l'ordine minacciato e i confini tra il sé e l'altra: «le norme culturali vengono riconfermate e salvaguardate attraverso il suo corpo femminile morto, sia perché il sacrificio della donna virtuosa è al servizio della critica sociale e

⁷ La gabbia nell'immagine 3, le mani maschili nell'immagine 4 e la tela di ragno nell'immagine 5 svolgono tutte la funzione di contenimento e di stabilizzazione della donna come simbolo sovversivo.

della trasformazione, sia perché il sacrificio di una donna pericolosa ristabilisce un ordine che era stato momentaneamente sospeso a causa della sua presenza» (Bronfen, 1992: 181).

Ciò che viene letteralmente rappresentato nelle campagne diffuse dall'IOM negli stati baltici, cioè il corpo femminile violato, "si infiltra" (ed eccede) la sua rappresentazione, rivelando un senso di inquietudine nei confronti dei confini della comunità politica che viene modificata dalla migrazione delle donne, dalla "transizione" economica e dall'integrazione europea.

La crisi e l'ambivalenza nei confronti dei confini è rappresentata da un corpo di donna poroso. Se l'integrità della comunità politica deve essere riconquistata e se i suoi confini devono essere preservati, allora è necessario rinchiudere il corpo femminile al sicuro in una postura fissa e in un simbolo stabile. Il corpo morto della donna indica perciò un momento di inquietudine nei confronti dell'instabilità di una comunità politica e mantiene l'illusione del controllo e della sicurezza tramite la sua stabilizzazione. Per ristabilire l'ordine sociale (la sua fantasia), la donna viene simbolicamente uccisa e la sua soggettività viene cancellata trasformandola in uno stereotipo.

Conclusione

Le campagne dell'IOM mirano ad avvisare le donne dei rischi connessi alla migrazione lavorativa (femminile e indipendente), e ad informarle per metterle nelle condizioni di compiere una scelta consapevole. A questo scopo, le campagne costruiscono e utilizzano delle immagini vittimizzanti (Ciobanica, 2002). Eppure, se guardiamo al ricco corpus della produzione teorica femminista, e in particolare alla produzione femminista sulle questioni della rappresentazione delle donne, quella che potrebbe sembrare una chiara strategia di *empowerment*, si rivela una pratica piuttosto controversa e una scelta sbagliata. Il termine *empowerment* è sempre stato un concetto cruciale per il femminismo e il suo significato è stato associato molto frequentemente al concetto di *agency*, soprattutto quando si tratta di rendere le donne capaci di «diventare attrici nel mondo alle loro proprie condizioni» (Andermahr et al., 2000: 13). Una tappa essenziale per favorire l'*empowerment* passa attraverso il riconoscimento dell'esperienza delle donne come fonte della conoscenza (femminista), la possibilità di districare e dispiegare delle genealogie femminili-femministe e il loro riconoscimento in quanto contro-memorie. Per realizzare questa trasformazione politica, le femministe sottolineano l'importanza di sviluppare una critica delle definizioni esistenti e delle rappresentazioni della Donna in quanto Altra, attribuendo nuovi significati al segno Donna per affermare la positività della differenza sessuale, smascherando le affermazioni sul genere (e sul sesso), sfidando le false rappresentazioni e gli stereotipi sulle donne nelle immagini, e riesaminando la storia (dell'arte) attraverso un'analisi critica delle rappresentazioni razzializzate e sessualizzate dei corpi delle donne (Rogoff, 2000; Fusco, 2001; Reckitt e Phelan, 2001). Secondo le teoriche e le artiste femministe, l'*empowerment* (politico) – nei termini di pratiche che forniscono dei diritti – è dunque intrinsecamente connesso alla necessità di sfidare la stereotipizzazione come pratica dominante della rappresentazione,

riappropriandosi delle immagini negative, inscrivendo in esse nuovi significati trans-codificati (Hall, 1997) e lottando per cercare nuove forme di rappresentazione dei soggetti femminili.

Tenendo presenti queste considerazioni, sarebbe piuttosto difficile concludere che le campagne contro la tratta dell'IOM contribuiscano all'*empowerment* delle donne. Le immagini qui analizzate non attribuiscono nuovi significati alle pratiche della rappresentazione dominante e non propongono nemmeno nuove forme di rappresentazione per le donne. Anzi, al contrario, esse dispiegano delle tecniche che inquadrano il corpo delle donne in maniera voyeuristica e lo rinchiudono in una (im)posizione di immobilità. In questo modo, le campagne dell'IOM ristabiliscono delle immagini di donne infelici, disperate e suicide, riproponendo così l'interpretazione stereotipata dei corpi femminili in termini di oggetti passivi della violenza. Inoltre, sottolineando l'innocenza e l'inconsapevolezza di questi corpi femminili giovani e bianchi, le campagne dell'IOM ripropongono la retorica tradizionale sulla tratta. Questa retorica – come ha mostrato Jo Doezema (1992: 2) nella sua analisi del traffico delle donne nell'immaginario mediatico – si concentra sull'«immagine paradigmatica [...] di un'innocente giovane e naïf, adescata o ingannata da malvagi trafficanti che la inducono a una vita di sordido orrore, dalla quale è praticamente impossibile fuggire». Esagerando i pericoli connessi alla migrazione, le campagne contro la tratta identificano tutta la prostituzione come forzata e affermano che la sfera privata è il luogo più sicuro per le donne. Poiché, nel regime rappresentativo dell'IOM, il tipo più comune di migrazione lavorativa informale delle donne porta inevitabilmente alla prostituzione forzata, la mia analisi suggerisce che le campagne dell'IOM scoraggiano la migrazione (lavorativa) delle donne e mirano a controllare la mobilità e la sessualità delle donne, descrivendo l'estero (il movimento verso di esso) in termini di minaccia e, per estensione, incoraggiando la percezione della casa (patria) come un luogo sicuro. Dato che la "casa" è implicitamente rappresentata come priva di pericoli, e perciò priva anche della prostituzione, le campagne dell'IOM mettono sullo stesso piano la posizione delle donne con la loro sessualità, e tentano di disciplinare quest'ultima collocando le donne all'interno dello spazio familiare e della domesticità eterosessuale (cfr. Pollock, 1998: 81–82).

Il ricorso alla "Donna" in quanto istituzione/rappresentazione mostra in maniera piuttosto paradossale che il controllo della sessualità femminile procede a braccetto con la sua erotizzazione. L'ostentazione di vittime bellissime e sofferenti posiziona il corpo della donna come l'oggetto dello sguardo (maschile) e mobilita modalità erotiche dello sguardo, che dischiudono un'erotizzazione voyeuristica e una fascinazione feticista nei confronti di un corpo femminile separato/imprigionato. La rappresentazione della violenza perciò è violenta in sé stessa, poiché conferma gli stereotipi sulle donne dell'Europa orientale come vittime bellissime, mette il femminile sullo stesso piano di un oggetto passivo, separa il corpo dalla sua materialità e dal contesto storico in cui si svolge la tratta, e confina definitivamente le donne nel registro simbolico estremamente invalidante della "Donna", per preservare un immaginario ordine sociale.

Il corpo femminile, come dimostrano le campagne dell'IOM, è il luogo in cui si incrociano il controllo sulle gerarchie di genere e il controllo dei territori

geografici. Proprio quando i cittadini e le cittadine dell'Unione Europea vengono incoraggiati/e a intraprendere la più grande mobilità lavorativa, uno degli attributi chiave della comunità europea, le campagne dell'IOM contro la tratta criminalizzano la mobilità lavorativa delle donne che provengono dai paesi dell'Europa orientale che non sono membri dell'Unione Europea, incoraggiandole a rimanere a casa.⁸ La «tecnologia del genere» che emerge dalle campagne contro la tratta dell'IOM – la definizione introdotta da Teresa de Lauretis (1987) per indicare le tecniche e le pratiche discorsive per mezzo delle quali il genere è costruito e la violenza in-generata – svela la lotta per il controllo dei corpi delle donne, della sessualità e della mobilità lavorativa, che vanno di pari passo con i processi di “transizione” e di integrazione economica nell'Europa allargata. In un'epoca di profonda riorganizzazione sociale e simbolica dello spazio europeo, la campagna dell'IOM decreta un contenimento (discorsivo) che limita le possibilità di creare nuove immagini della soggettività femminile, che criminalizza il movimento di chi non possiede la cittadinanza europea e che perciò mantiene al proprio posto, al di fuori della cittadinanza europea, i corpi delle donne dell'Europa orientale.

Ringraziamenti

Ringrazio Bridget Anderson e le due anonime curatrici per i loro ponderati suggerimenti sulla precedente versione di questo testo. Inoltre, la scrittura di questo testo è stata resa possibile dal progetto di post-dottorato dell'ESRC (*Economic and Social Research Council*).

Biografia dell'autrice

Attualmente Rutvica Andrijasevic è ESRC *post-doctoral Fellow* al *Centre on Migration, Policy and Society* (COMPAS) dell'Università di Oxford, dove sta lavorando alla revisione del manoscritto della sua tesi di dottorato, intitolata *Trafficking in Women and the Politics of Mobility in Europe*, per la futura pubblicazione. Rutvica ha conseguito il dottorato in *women's studies* presso l'Università di Utrecht e si è specializzata nell'area di studi su genere, migrazione, cittadinanza e asilo. La sua principale area di interesse è il traffico delle donne. La sua opera è stata pubblicata in diverse lingue e su diverse riviste europee: *DeriveApprodi*, *Studi Culturali*, *Multitudes*, *REMI*, *Treca*, *Prokla* e *Feminist Review*. Partecipa alle reti NextGENDERation e Frassanito, ed è stata una delle organizzatrici delle attività di NextGENDERation nell'ambito del Forum Sociale Europeo del 2002, del 2003 e del 2006.

⁸ Le campagne rivolte alla Repubblica Ceca e agli Stati Baltici sono state realizzate rispettivamente nel 1998 e nel 2002, cioè prima che questi stati entrassero nell'Unione Europea (nel 2004).

Bibliografia

- Ahmed, S.** (1998) 'Tanning the body: skin, colour and gender' *New Formations*, Vol. 34: 25–40.
- Ahmed, S. and Stacey, J.** (2001) 'Introduction: dermatographies' in Ahmed, S. and Stacey, J. (2001) editors, *Thinking Through the Skin*, London and New York: Routledge.
- Andermahr, S., Lovell, T. and Wolkowitz, C.** (2000) *A Glossary of Feminist Theory*, London: Arnold Publishers.
- Anderson, B. and O'Connell Davidson, J.** (2003) *Needs and Desires: Is there a Demand for 'Trafficked' Persons?* Geneva: IOM.
- Anderson, B. and Phizacklea, A.** (1997) *Migrant Domestic Workers: A European Perspective*, Leicester: Department of Sociology, University of Leicester.
- Andreas, P. and Snyder, T.** (2000) editors, *The Wall Around the West. State Borders and Immigration Controls in North America and Europe*, New York: Rowman and Littlefield.
- Andrijasevic, R.** (2004) *Trafficking in women and the politics of mobility in Europe*, tesi di dottorato discussa all'Università di Utrecht, The Netherlands.
- Andrijasevic, R.** (2003) 'The difference borders make: (Il)legality, migration and trafficking in Italy among 'Eastern' European women in prostitution' in Ahmed, S., Castaneda, C., Fortier, A. and Sheller, M. (2003) editors, *Uprootings/Regroundings: Questions of Home and Migration*, Oxford and New York: Berg.
- Berman, J.** (2003) '(Un)popular strangers and crisis (Un)bounded: discourses of sex-trafficking, the European political community and the panicked state of the modern state' *European Journal of International Relations*, Vol. 9, No. 1: 37–86.
- Braidotti, R.** (1994) *Nomadic Subjects. Embodiment and Sexual Difference in Contemporary Feminist Theory*, New York: Columbia University Press (trad. it. *Nuovi soggetti nomadi. Transizioni e identità postnazionaliste*, Sossella, Roma 2002).
- Bronfen, E.** (1992) *Over Her Dead Body. Death, Femininity and the Aesthetic*, Manchester: Manchester University Press.
- Ciobanica, L.** (2002) 'New IOM website on trafficking in the Baltic' messaggio inviato alla mailing list Stop Traffic il 13 dicembre.
- Cronin, A.M.** (2000) *Advertising and Consumer Citizenship. Gender, Images and Rights*, London and New York: Routledge.
- De Lauretis, T.** (1987) *Technologies of Gender. Essays on Theory, Film, and Fiction*, Houndmills and London: Macmillan Press (Il capitolo introduttivo di questo volume è stato tradotto col titolo *La tecnologia del genere*, in *Sui generis. Scritti di teoria femminista*, Feltrinelli, Milano 1996, pp. 131-63).
- Doezema, J.** (1999) 'Loose women or lost women. The re-emergence of the myth of "White Slavery" in contemporary discourses of 'Trafficking in Women', <http://www.walnet.org/csis/papers/doezema-loose.html>, 16 aprile 2007.
- Fusco, C.** (2001) *The Bodies That were not Ours and Other Writings*, London and New York: Routledge, in association with in IVA, Institute of International Visual Arts.
- Hall, S.** (1997) editor, *Representation. Cultural Representation and Signifying Practices*, London: Sage, in association with the Open University.
- Hopkins, R. and Nijboer, J.** (2004) 'Trafficking in human beings and human rights: Research, policy and practice in the Dutch approach' *Human Rights Law Review*, Special Issue Spring 2004, 75–90.
- Irigaray, L.** (1993) in Burke, C. and Gill, G. (1993) trans., *An Ethics of Sexual Difference*, Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Koslowski, R.** (2001) 'Economic globalization, human smuggling, and global governance' in Kyle, D. and Koslowski, R. (2001) editors, *Global Human Smuggling. Comparative Perspectives*, Baltimore and London: The John Hopkins University Press.
- Maluccelli, L.** (2001) 'Tra schiavitù e servitù: biografie femminili in cerca di autonomia' in Candia, G. et al. (2001), a cura di, *Da vittime a cittadine. Percorsi di uscita dalla prostituzione e buone pratiche di inserimento sociale e lavorativo*, Roma: Ediesse.
- Meijer, M.** (2002) 'Migrerende motieven, pratende poppen' in Baeten, J. and Verstraete, G. (2002) editors, *Cultural studies: een inleiding*, Nijmegen: van Tilt.
- Mezzadra, S.** (2001) *Diritto di fuga. Migrazioni, cittadinanza, globalizzazione*, Verona: Ombre corte.

- Mezzadra, S. and Rigo, E.** (2003) 'L'Europa dei migranti' in Bronzini, G., Friese, H., Negri, A. and Wagner, P. (2003), a cura di, *Europa, Costituzione e movimenti sociali*, Roma: Manifestolibri.
- Mulvey, L.** (2003 [orig. 1975]) 'Visual pleasure and narrative cinema' in Jones, A. (2003) editor, *The Feminism and Visual Culture Reader*, Routledge: London and New York.
- Parreñas, S.R.** (2001) *Servants of Globalization. Women, Migration, and Domestic Work*, Stanford: Stanford University Press.
- Pollock, G.** (1998 [orig. 1988]) 'Modernity and the spaces of femininity' in Mirzoeff, N. (1998) editor, *The Visual Culture Reader*, London and New York: Routledge.
- Reckitt, H. and Phelan, M.** (2001) *Art and Feminism*, London and New York: Phaidon Press Limited.
- Rogoff, I.** (2000) *Terra Infirma. Geography of Visual Culture*, London and New York: Routledge.
- Sharma, N.** (2003) 'Travel agency: a critique of anti-trafficking campaigns' *Refuge*, Vol. 21, No. 3: 53–65.
- Weitzer, R.** (2000) 'Why we need more research on sex work' in Weitzer, R. (2000) editor, *Sex for Sale. Prostitution, Pornography, and the Sex Industry*, New York and London: Routledge.

100101

**Přijmeme
atraktivní dívku do 25 let
na práci v zahraničí.
Veškeré formality s odjezdem
vyřídí naše agentura.
Podrobnosti na telefonu 0600/000 000**

Cesta zpátky tak snadná být nemusí

Anna: Studovala jsem, a protože jsem potřebovala peníze, tancovala jsem po večerech na diskotékách a v barech. Hezké oblečení a čas od času sundaná podprsenka na barovém pultu dokázala s chlapíky udělat divy. Potom jsem chtěla jít dělat o prázdninách tanečnicí za hranice. Kontakty jsem měla dost. Vyrážela jsem s tanečným totem nikdy neměla nic společného. Sebrali mi doklady a pod drogami mě donutili dělat prostítku. Když jsem nechtěla, nedali mi najít. Pak už jsem musela. Školu už asi nikdy nedokončím.

Chci, abys takhle nedopadla, a k tomu stačí hrabě málo. Znáš správné telefonní číslo, kde ti poradí, co si máš před odjezdem zařídit, aby ses mohla šťastně vrátit.

La Strada – infolinka
02-57 31 31 32 (Po-Pá 10⁰⁰-18⁰⁰)
www.lom.cz

IOM International Organization for Migration
IOM Mezinárodní organizace pro migraci

Informační kampaň je podporována vládou
Spojených států amerických.

**Ministerstvo
školství, mládeže
a tělovýchovy ČR**

Immagine 1: campagna IOM nella Repubblica Ceca (1998)



Umělecká agentura
zajistí atraktivním dívkám
práci v zahraničním
modelingovém studiu.

Informace:
P.O. Box 000

Myslíš si, že tobě se to stát nemůže?

Monika: Všichni říkali, že mám postavu manekýnky. Od malíčka jsem se ráda oblékala do hezkých šatíček. Chtěla jsem dělat modelku. V novinách vyšel inzerát. Agentura pro modelky nabídla po krátkém kurzu práci v zahraniční agentuře. Poslal mě na focení do módních časopisů. Tak jsem jela. Opravdu fotit. Ale tvrdě pomá. Musí se na mně sfidat jako na běžném páru. Hledal nás. Nešlo z toho utéct. Šrámy na těle se dař zamaskovat. Jak mám zamaskovat jizvy na duši?

Když si to všechno promítnu zpátky, je mi líto, že jsem nevěděla dřív, že stačí jeden telefon a dozvíš se, co je potřeba před odjezdem zařídit. Ty na to nezapomeň!

La Strada – infolinka
02-57 31 31 32 (Po-Pá 10⁰⁰-18⁰⁰)
www.iom.cz



IOM International Organization for Migration
IOM Mezinárodní organizace pro migraci

Informační kampaň je podporována vládou
Spojených států amerických.

**MINISTERSTVO
VNITŘNÍCH VĚCÍ
A TĚLOVÝCHOVY ČR**





Immagine 2: campagna IOM nella Repubblica Ceca (1998)

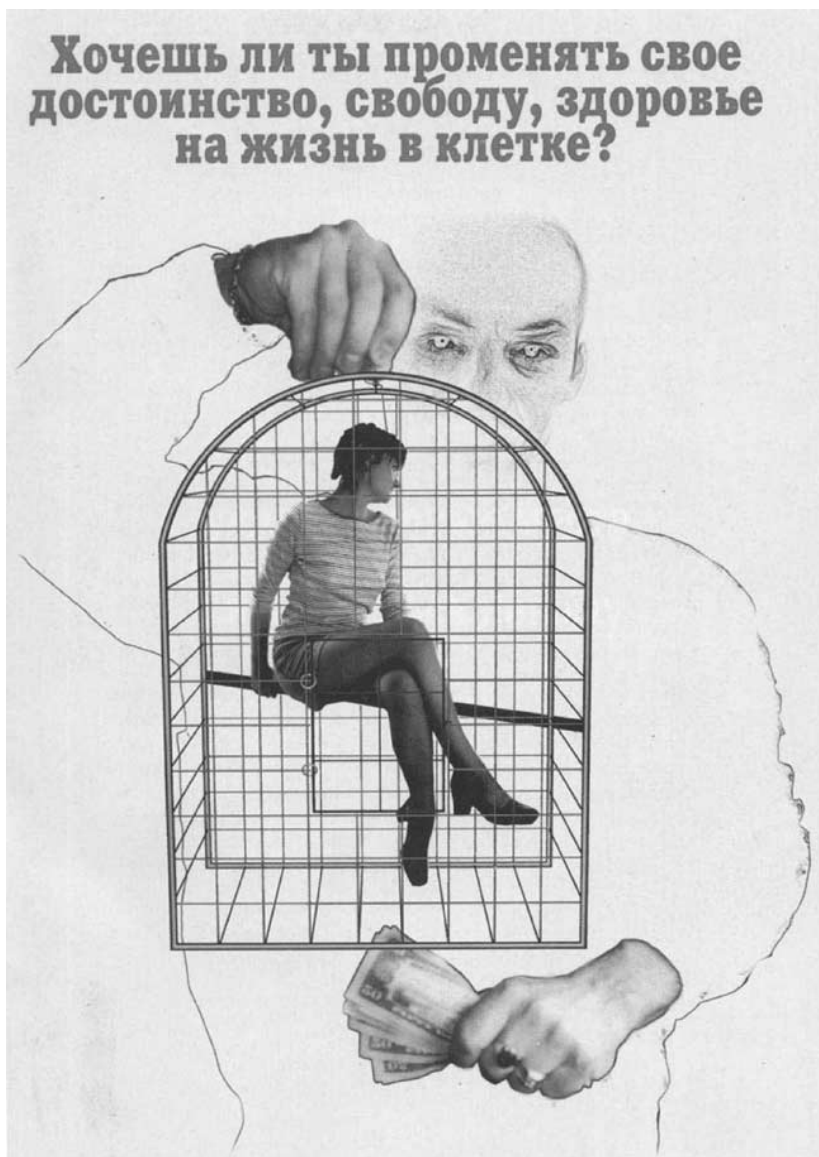


Immagine 3: campagna IOM in Ucraina (1998)



Immagine 4: campagna IOM in Moldavia (2001)

THE WEB OF TRAFFICKING



IGNORANCE KILLS

CALL (044) 224 04 46



IOM International Organization for Migration
Міжнародна організація з міграції

"This publication is produced with the financial support of the European Commission"

Imagine 5: campagna IOM in Ucraina (2001)

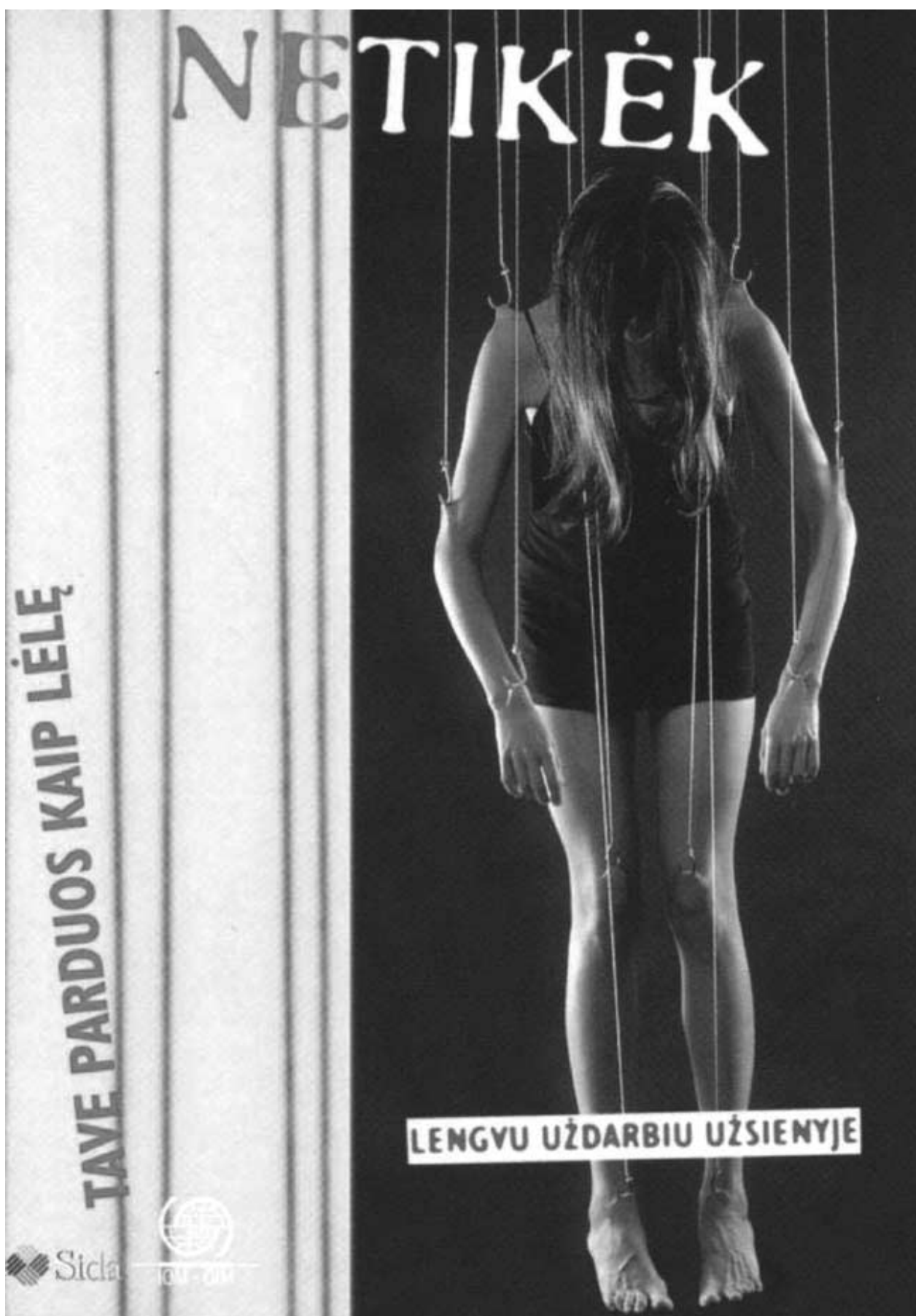


Immagine 6: campagna IOM negli Stati Baltici (2002)

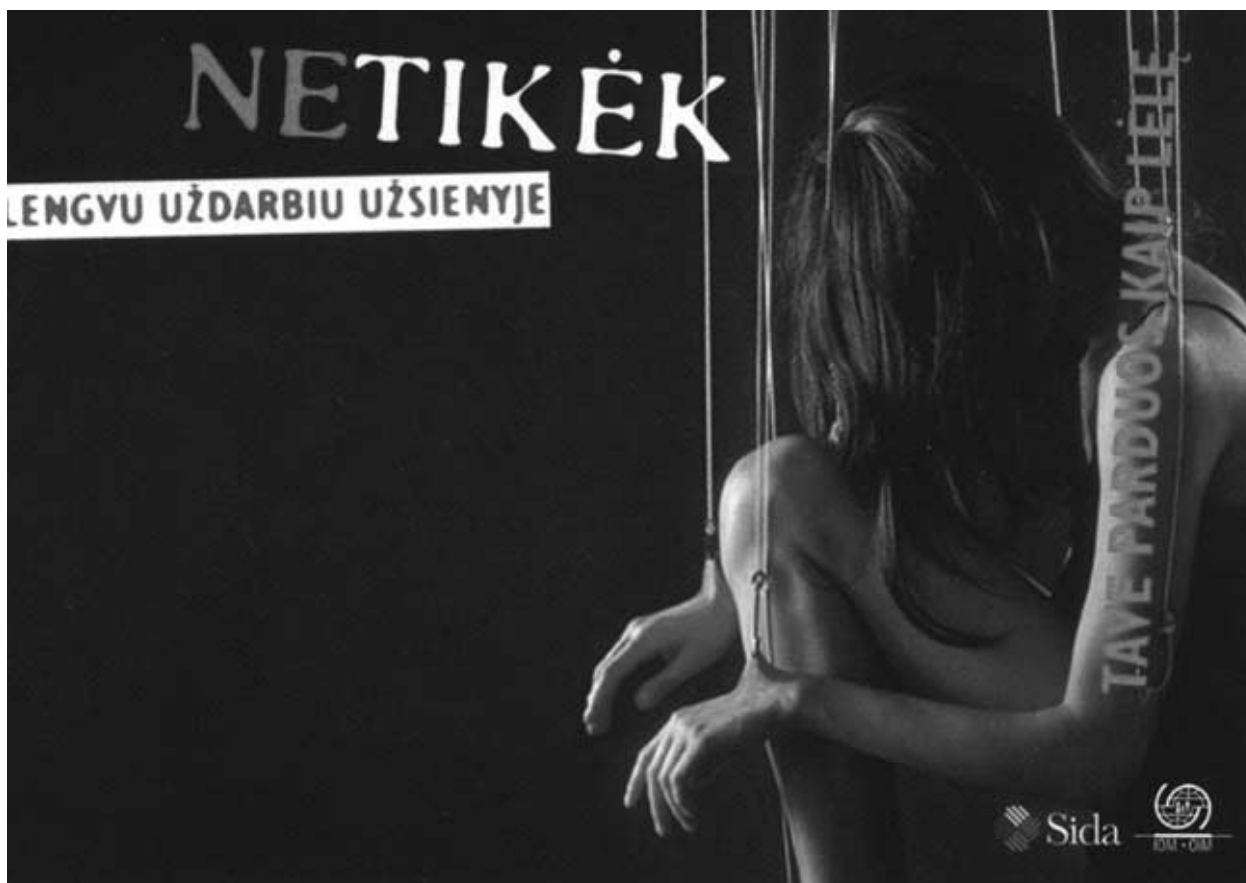


Immagine 7: campagna IOM negli Stati Baltici(2002)



Immagine 8: campagna IOM negli Stati Baltici (2002)