Anno 6 - Nro. 1698 | Edizione del 31 gennaio 2026 ISSN 2785-0870

# SHARING MEDIA®

Agenzia di Stampa Telematica | Reg. Trib. di Roma nro. 106/2021 del 09/06/2021 | Dir. Resp.: Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte | Editore: NETMEDIACOM SRL - ROC 43064 - REA RM-1758948 - P. IVA IT-18059711004

**Testata quotidiana telematica di attualità, politica, cultura, economia, finanza.**

**ISP: BT Italia S.p.A. - Via Tucidide 56 - 20134 Milano - Aut. DGSCER/1/FP/68284.**

## Il Media Network NETMEDIACOM®

Le testate giornalistiche del network Netmediacom® sono registrate presso la Sezione per la Stampa e l'Informazione del Tribunale di Roma ed in quanto tali permettono di usufruire dell'incentivo statale sugli investimenti pubblicitari. La società è iscritta al ROC – Registro degli Operatori della Comunicazione al Nro. 43064.

# La dote delle donne

**di Redazione**

Il mercato delle doti è tra i fenomeni economici e sociali più rilevanti tra il Medioevo e la Modernità. Un fenomeno che mette in evidenza l'enorme prezzo pagato dalle donne nell'ambito di quella che andava affermandosi come della società mercantile. Ma che cosa era la dote? Si può semplicemente descriverla come la parte di eredità che una figlia riceveva al momento del matrimonio: una volta ottenutala essa non avrebbe più avuto alcun diritto sui beni della famiglia di origine.

**NETMEDIACOM®**
**IL MODO PIÙ INTELLIGENTE DI FARSI NOTARE**

***Be seen. Be heard. Be recognized.***

Fondata il 29 marzo 2025 a Roma, NETMEDIACOM SRL è una startup innovativa specializzata nell'editoria elettronica che vuole rivoluzionare la visibilità digitale, creando un mondo in cui ogni voce abbia il potere di distinguersi e di prosperare senza barriere.

Attraverso strumenti innovativi finalizzati a massimizzare la visibilità e l'impatto di aziende, persone e istituzioni, vogliamo garantire a tutti l'opportunità di raggiungere il loro pubblico di riferimento nel modo più intelligente ed efficace.

**VALUE PROPOSITION**

*«The Smartest Way to Get Noticed».*

**MISSION**

*To empower people, businesses, and brands with innovative tools to maximize their visibility and impact, ensuring everyone has the opportunity to reach their audience in the smartest and most effective way.*

In altri termini la dote era il prezzo per escludere le figlie dall'eredità paterna e per potere così stabilire una linea successoria tutta maschile.

Il sistema della dote come meccanismo di estromissione delle donne dall'eredità venne stabilito dagli statuti cittadini italiani già nel Duecento ed il suo peso crebbe insieme alla ricchezza delle nuove famiglie di mercanti. Maritare le figlie divenne così un problema non solo per le casate patrizie ma anche per l'incipiente classe borghese.

Lo stesso Dante Alighieri ebbe modo di manifestare quanto rimpiangesse la Firenze pre-mercantile del suo avo Cacciaguida, quando «non faceva, nascendo, ancor paura la figlia al padre» scrive nel Paradiso, Canto XV, verso 103. Qui Dante racchiude in un solo verso l'essenza del fenomeno della dote nella sua città, dove l'arrivo di una bambina era un preoccupante costo futuro per i genitori.

E se il celibato per i maschi era come un segno di nobiltà, il nubilato "civile" delle donne era invece socialmente stigmatizzato e scoraggiato.

Dalla fine del Trecento inizia in Italia un'inflazione di quello che era diventato il «prezzo delle figlie» per la nuova aristocrazia: a Venezia dagli 800 ducati di fine Trecento si passò ai 2 mila di inizio Cinquecento e a Roma nel corso del Cinquecento le doti passarono da 1.400 a 4.500 scudi e così via dicendo, con una vera e propria inflazione dovuta soprattutto alla competizione posizionale tra famiglie ricche, che usavano le figlie come bene di status.

# VIOLA LALA LANCIA LALAPRESS, SERVIZIO DI PRESS OFFICE PER IMPRESE E PROFESSIONISTI

Il nuovo servizio di Ufficio Stampa **di Viola Lala** denominato **"LALA PRESS"** (www.lalapress.org) si occupa di portare le aziende ed i professionisti sui media, per renderli visibili, credibili ed autorevoli.

Ciò che contraddistingue **Lala Press** nel mercato della comunicazione —ed in particolare degli uffici stampa— è la forte capacità consulenziale, non limitandosi ad eseguire direttive ma studiando e proponendo le strategie di comunicazione più adeguate per ogni singolo cliente.

Titolare dell'agenzia è **Viola Lala**, giornalista pubblicista, che dal 2015 lavora anche come *free-lance,* scrivendo articoli in italiano, inglese e spagnolo per numerose testate italiane ed estere e svolgendo attività di addetto stampa per il network AJ-Com.Net.

Sempre dal 2015, Viola Lala svolge attività di **press officer** e responsabile delle relazioni con i media della **World Organization for International Relations (WOIR)**, ricevendo nel 2020 la *Medaglia al Merito per il Servizio della Pace.*

È redattrice di numerose testate, tra cui *World & Pleasure Magazine* e *Notiziario CNN,* ha studiato **Economia e Commercio** presso l'*Università degli Studi di Roma «La Sapienza»* e **Scienze dell'Educazione e della Formazione** presso l'*Università degli Studi Roma Tre.*

Le sue aree di specializzazione sono: **parità di genere** ed emancipazione femminile, sviluppo sostenibile, agricoltura, biodiversità, **sicurezza alimentare**, cambiamento climatico, **diritti umani**, relazioni internazionali, demografia sociale, ambiente, energia, globalizzazione, **sociologia della cultura**, scienze della comunicazione, giornalismo, tecnologie dell'informazione e **sociologia dei media**.

**www.lalapress.org**

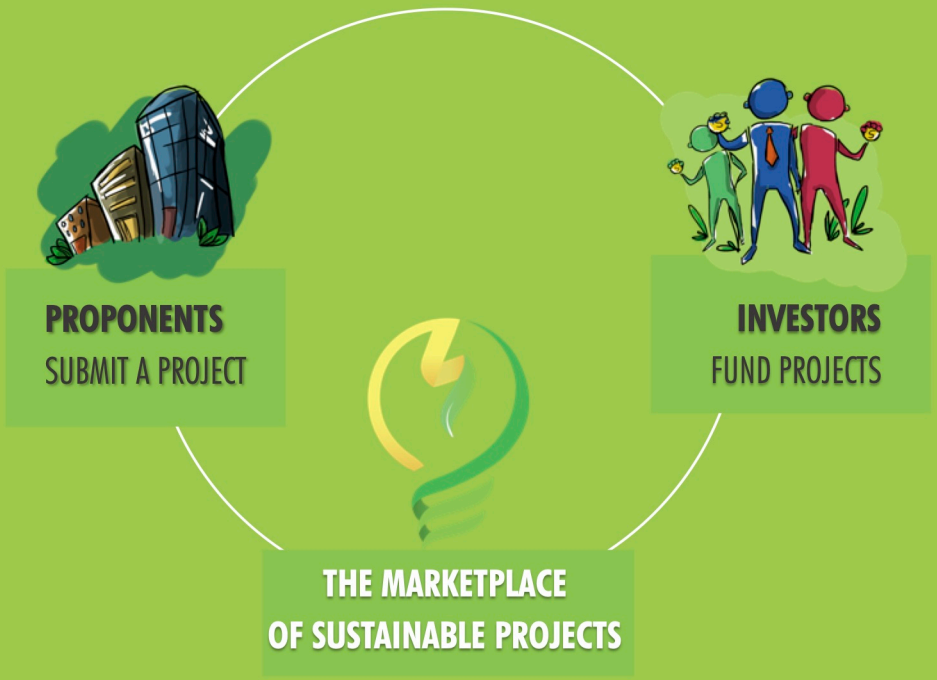
# Un futuro sostenibile è l'unico che sappiamo immaginare

## UN PIANETA, UN FUTURO, UNA SOLUZIONE, ED IL MOMENTO MIGLIORE PER METTERLA IN ATTO

---

## ENERGY CROWDFUNDING

Il crowdfunding è un metodo di finanziamento innovativo e digitale attraverso cui un promotore di un'iniziativa economica e sociale chiede fondi ad un'ampia platea di potenziali investitori per avviare il progetto.




ENER2CROWD.com