



Il corpo perfetto

4 ottobre 2013



Chi educa i nostri figli? (Maria Luisa Agnese, settembre 2013, corriere.it)

Chi oggi riesce a parlare ai nostri figli e a contribuire a plasmare le loro identità in quell'età delicata e di passaggio che è la preadolescenza? Tanto più che ormai famiglia e scuola sempre più arrancano a tenere il passo con le loro missioni educative.

C'è **una tesi discussa all'università Statale di Milano**, titolo Le "Nuove giovani": la costruzione mediatica dell'identità, che vale la pena di percorrere perché cerca di capire chi arriva al cuore e alla mente delle tweens e contribuisce a formare la loro identità di genere.

Il termine **tweens** – come spiega Arianna Mainardi la giovane neolaureata che appassionatamente ha svolto l'indagine – deriva da *between*, in bilico fra infanzia e adolescenza, età di delicato passaggio (*between* appunto) fra una stagione e l'altra, quando ci si affaccia alla vita adulta pur avendo ancora bisogno di modelli e di certezze:

Troppo vecchi per i giocattoli, troppo giovani per i ragazzi, vivono gli anni forse del cambiamento più rapido e drammatico dal momento della nascita

come sintetizza Mainardi nella sua indagine.

Sono i ragazzi fra i 9 e i 12 anni, in fase di tumultuosa e contraddittoria trasformazione, con autostima fragile, subito individuati dal marketing internazionale come nuovo target, big spender visto che per esempio solo negli Stati Uniti spendono all'anno circa 1,5 bilioni di dollari. Un marketing aggressivo che va a caccia di nuovi "clienti" con il contributo di psicologi che sfruttano le vulnerabilità tipiche dell'età, prima di tutte il narcisismo, come si racconta bene nel libro **Il marketing all'assalto dell'infanzia** della psichiatra Susan Linn che, avendo preso parte ad alcune conferenze di marketing, conosce bene i meccanismi da dietro le quinte.

Il resto, soprattutto per le ragazze, lo fanno le riviste a loro dedicate, dice Mainardi, che ne prende in considerazione quattro, Top Girl, Cioè, Ragazza moderna e il recente Dyou, più la nuova narrativa per quella fascia età.

Analizzandone i contenuti si vede come da subito, già in fase pre-adolescenziale, l'ideale di bellezza femminile vada a costituirsi come una nuova gabbia sociale per donne e giovani donne.

Un ideale che associato alla snellezza e alla giovinezza va a esercitare una fortissima pressione sociale. La donna moderna presentata nelle rappresentazioni attuali propone un'identità femminile autoaffermativa che si realizza nella capacità di seduzione attraverso la cura estetica del corpo.

Mito contemporaneo di cui sono vittime ormai anche le bambine, in una rincorsa all'indietro che ruba l'infanzia alle nuove generazioni.

I corpi sono da considerarsi oggetti e soggetti allo stesso tempo nel senso che riproducono usi, ruoli, comportamenti, nello stesso momento in cui se ne fanno interpreti

sino a creare **la gabbia del corpo perfetto**, conclude Arianna Mainardi. Ovviamente veicolo privilegiato e perno di questa trappola sono gli idoli di riferimento, **le celebrità scelte dai giovani**, da Di Caprio (che è stato il primo nel passato a svolgere questa funzione nelle riviste per teen) fino ai Tokio Hotel, a Lady Gaga e al giovanissimo Justin Bieber. Si cerca di catturare i bambini il prima possibile proponendo come modelli aspirazionali star appena più grandi di loro per rassicurarli nel loro processo di identificazione e per accelerare quei fenomeni di adultizzazione in una spirale che si avvita verso età sempre più basse, e che ormai tocca i bambini di sei anni.

Citiamo una per tutte la piccola **Suri Cruise**, figlia di Tom e Kathie Holmes, non solo fashion victim in sedicesimo ma già piccola Barbie ginnasticata, precoce piccola schiava del mito del corpo perfetto, che ha già un Blog a lei intestato.

Ma come reagiscono, le ragazze, a tutto ciò?

Sono vittime designate e impotenti di brillanti e disinvolute operazioni mediatiche dominate da un marketing pervasivo che punta a creare sempre più precocemente dipendenza da modelli e forme di pensiero unico?

Per fortuna no, perché quando Arianna Mainardi cerca di verificare i suoi presupposti teorici con la realtà e organizza dei **focus group** con alcune ragazze in target, trova parecchie sorprese e una resistenza piuttosto fresca e a tratti ironica alle pressioni del mercato internazionale.

“Le ragazze, anche se molto diverse tra loro, si sono spesso dimostrate capaci di distinguere tra rappresentazioni medialità e realtà”.

Ecco alcune delle loro riflessioni riportate nella tesi:

Maria, 13 anni:

*Secondo me sono i giornalisti che si inventano le storie. **Dai non è possibile!** Magari le storie sono anche vere, ma non così, se fossero veramente le ragazze ad averle scritte sarebbero proprio stupide.*

Marta, 11 anni

*Molti dei **consigli sulla moda non credo che siano una grande trovata**, nel senso che anche guardando queste riviste ti portano a una realtà diversa dalla tua e ti fanno pensare di essere “sbagliata”, “diversa” perché non ti rispecchia.*

Claudia, 14 anni:

*Dovrebbero mettere delle ragazze normali, dovrebbero **prendere più ragazze in carne che magre**, perché non puoi sapere se poi un vestito le sta bene, le avranno anche fatto vestiti su misura.”*

Paola, 14 anni

Non mi piace perché è finto. È tutto finto ma è bellissimo da vedere, vedere delle ragazze così belle ti fa pensare che esistano veramente ragazze così. Io infatti da piccola pensavo che si potesse essere così. Voglio farti sentire brutto perché tu sei brutta rispetto a quello che vedi sui giornali.

Vanessa, 14 anni

Ma non è vero, ci sono anche parti in cui ti fanno riflettere, non è che ti obbligano ad essere così, ti danno dei consigli.

Sani anticorpi dunque circolano ancora nelle menti delle nuove generazioni, svezzate anche da Internet che come dice Arianna Mainardi ha contribuito “a modificare il consumo dei media da parte delle ragazze”.

Il mito del corpo perfetto *(Carlo Climati, 2 marzo 2006, gazzettadisonario.it)*

Vincenza Mele, Ricercatrice dell'Istituto di Bioetica ha spiegato:

La nostra cultura è permeata da miti che sostanziano il culto del corpo: il mito di una perfetta forma fisica, attraverso le immagini medianiche di corpi patinati e di uomini e donne 'eternamente' giovani e prestanti, e il mito dell'onnipotenza della medicina, secondo il quale ogni desiderio di benessere estetico-sociale deve essere accolto e realizzato.

La cura maniacale del corpo nasconde un vuoto di significato: il corpo si ritiene sostanzialmente 'indegno' di considerazione se non 'a condizione' di presentarsi in un 'certo modo' dal punto di vista dell'aspetto fisico.

Questo vuoto di senso, che paradossalmente si rende evidente nel tessuto culturale e sociale con una sorta di fissazione edonistica sul corpo, colpisce più il soggetto femminile di quello maschile, perché la donna ha un rapporto privilegiato con il 'corpo' ed è in qualche modo tenuta a rivolgere un'attenzione privilegiata ad esso.

Spetta, quindi, in modo del tutto speciale alla donna recuperare il significato del corpo, come espressione della cura di sé, prendersi cura del proprio corpo, per ogni donna, non deve significare omologarsi a modelli che spesso appaiono surreali, quanto piuttosto cercare una forma di bellezza e salute che sia unicamente sua, speciale, irripetibile e non omologabile.

Prendersi cura di sé non vuol dire rimuovere la consapevolezza della fragilità o dell'inevitabile deterioramento fisico del corpo, ricorrendo ad esempio a lifiting per cancellare i segni dell'età, ma avere il coraggio di rimanere fedeli alla faccia dell'età, dove la psiche coerente diventa un'immagine.

Il mito del corpo *(Gabriella Delpero 4 Ottobre 2012, sermig.org)*

Alessandro, di 14 anni, ha concluso con mediocri risultati la scuola media ed è figlio unico di genitori separati ormai da anni. Introverso e timido, è sempre stato chiuso nei confronti dei genitori e degli altri familiari, ma ultimamente ha cominciato ad assumere atteggiamenti prevaricatori e arroganti. Mostra uno spiccato interesse per i tatuag-

gi, per gli sport estremi, per le esperienze di sopravvivenza. Nello scorso autunno ha voluto iscriversi a un corso di arti marziali miste, che prevedeva allenamenti molto pesanti e gli procuravano una stanchezza eccessiva, tanto che è stato costretto a rinunciarvi. Frequenta assiduamente palestre e piscine, legge riviste e libri di argomento sportivo, vorrebbe consumare solo cibi ipocalorici e iperproteici.

È evidente che Alessandro concentra le sue energie e interessi sul corpo: i genitori raccontano che l'unico suo desiderio pare essere quello di avere un fisico perfetto. Sogna un corpo muscoloso, atletico e si mostra intollerante per qualsiasi minima imperfezione. Trascorre un'eccessiva quantità di tempo a osservarsi nudo davanti allo specchio, focalizzandosi sui singoli muscoli e scuotendo la testa in segno di insoddisfazione: è perennemente convinto di non essere mai in forma.

La mamma sostiene che Alessandro non si vede più come è realmente, ma come vuole vedersi, cioè sempre esteticamente difettoso. Lei si sente molto arrabbiata per questo e ammette di trattarlo a volte in modo scorbutico. Poi cerca di rimediare facendogli un sacco di complimenti sul suo aspetto fisico, proponendogli continui confronti con i coetanei meno belli di lui. Tutto inutile: Alessandro non ammette di avere un problema, non accetta nessun consiglio e nessun richiamo, non fa domande, né richiede alcun tipo di aiuto. Non sa neppure della decisione dei genitori di rivolgersi a un medico: nessuno dei due ha avuto il coraggio di comunicarglielo.

I principali elementi che emergono dalla storia di Alessandro sembrano essere scarsa autostima, insicurezza, timidezza ed estremo bisogno di accettarsi e sentirsi accettato e ammirato. Quello che inizialmente è stato un sano investimento sull'attività sportiva è ormai diventato un circolo vizioso, assolutamente inspiegabile per genitori e amici. Alessandro è concentrato quasi esclusivamente su se stesso e non si cura di chi gli sta intorno: bada solamente al proprio sguardo, che giudica sempre come insufficiente l'immagine rimandatagli dallo specchio. Il problema sta perciò nella distanza che si è creata in Alessandro tra il suo aspetto corporeo reale e l'immagine mentale distorta che lui se n'è fatta.

Ai nostri giorni si comincia a parlare di tante nuove forme di dipendenza, quelle in cui non è implicata l'assunzione di alcuna sostanza chimica illegale. Sono i casi in cui l'oggetto della dipendenza è un comportamento o un'attività lecita e, anzi, socialmente accettata e diffusa, come lo shopping, internet, il gioco d'azzardo, il lavoro, la chirurgia estetica, il cibo e – appunto – l'aspetto fisico. Se per le ragazze l'ossessione per il proprio peso tende a volte a trasformarsi in gravi disturbi dell'alimentazione, per i maschi la stessa fissazione può diventare la tendenza ossessiva a mantenere un fisico perfetto. Del resto viviamo in un'epoca in cui è assolutamente scontata l'idea che l'aspetto fisico condiziona (o addirittura determina) il successo personale e i veri miti sono l'efficienza e la competitività. Perché sorprendersi?