

APPARIRE O ESSERE?

Amicizia per me è...
Mille risposte in un libro

— Che cos'è l'amore? E cosa è l'amicizia? A queste domande si possono trovare risposte molto diverse, addirittura opposte. Mille e una domanda e mille e una risposta sono diventate un libro per bambini della coppia Oscar Brenifer (filosofo) e Jacques Després (illustratore) in un delizioso libretto che si intitola *Il libro dell'amore e dell'amicizia* (Isbn Editore, euro

12,50). Brenifer, già autore del *Libro dei grandi contrari filosofici* (sempre in coppia con Després, sempre edito da Isbn), aiuta i bambini a capire cosa significano per ognuno di loro l'amore e l'amicizia, forse le uniche cose che vale la pena di imparare fin da piccoli. Le bellissime e tenere illustrazioni dell'artista francese aggiungono poesia ai diversi modi di vedere amore e amicizia. ♦



→ **Videogame** dedicati alla prima adolescenza propongono tipologie estetiche autoreferenziali

→ **Cosmesi** l'acquisto dei prodotti di bellezza inizia ormai nei giochi per diventare un risarcimento

È il marketing, bellezza!

Dalle riviste glamour a internet, gli stereotipi della moda puntano al pubblico dei preadolescenti: imponendo modelli, prodotti, comportamenti e ambigue rassicurazioni.

MANUELA TRINCI

Psicoterapeuta dell'infanzia e dell'adolescenza



Ebbene sì! Homer e Marge Simpson escono a tutta pagina sul mensile americano «Harper's Bazar»

griffati Jean Paul Gaultier, Versace e Chanel. Le W.i.t.c.h., con la complicità di un questionario (www.witchmagazine.it) che invitava le giovanissime fan a immaginare per le loro beniamine una riconversione glam, hanno optato per la maison Armani; senza considerare le Braz, le Winx, la sempre verde Barbie e una legione di bamboline super-sexy che, grazie a guardaroba tali da far invidia a Carrie (alias Sarah Jessica Parker di *Sex and City*), hanno raggiunto un fatturato di milioni

e milioni di euro, trasformando un fenomeno di costume in un'arma di emulazione di massa.

Moltissime, infatti, le *be-tween* (il termine, che indica bambine fra i 9 e 12 anni, viene da «between», essere fra due cose: infanzia e adolescenza) che sognano di essere come loro: al passo, o in passerella e comunque belle, di successo e sotto i riflettori. Misurando e confrontando il loro aspetto in un collage di immagini tutto orchestrato su ideali irraggiungibili e stereotipi mediatici, privi di

quel necessario andirivieni fra l'essere e il divenire attraenti, le ragazzine confermano che fascino e identità, in un curioso miscuglio, passano attraverso il *look*.

Quindi, come affermano all'unisono sociologi e psicologi, piuttosto che pensare alla percezione che hanno di sé stesse, le ragazzine si preoccupano eccessivamente di come possono apparire agli occhi degli altri, smarrendo così il contatto con un loro senso personale, soggettivo, di bellezza. Peralto, mai come ai gior-