



ni nostri, la ricerca della perfezione estetica, di un giusto corpo, ha avuto effetti così dirompenti e preoccupanti. L'aspetto fisico determina lo status. La bellezza è diventata un passatempo impegnativo, una rendita economica, il viatico dell'affermazione personale. In altre parole, una magnifica ossessione che avanza sino dalla più tenera età.

BEAUTY SHOPPING E BIMBODOLLARS

Basti pensare all'ultimo «fashion game» - il gioco virtuale nato in Francia (www.mabimbo.com) ed esportato in Inghilterra (www.missbimbo.com) - che spopola adesso anche in Italia sia fra le teen sia fra le adolescenti.

Attraverso un bonus iniziale di mille «bimbo dollars», «La giocatrice deve adoperarsi per trasformare, con creme di bellezza, abiti, alimenti dietetici, cambio di acconciature, beauty coach e leggeri interventi di chirurgia estetici, la sua alter ego in una ragazza veramente cool». Una

La rivista
«Il ratto della bellezza»
e le strategie di marketing

Anticipiamo la prima parte de «Il ratto della bellezza» di **Manuela Trinci**. L'intervento nella sua versione integrale è sul sito de «l'Unità» e fa parte di «Bellezza obbligata», il XXIII numero di «Hamelin», rivista dedicata all'infanzia. **Un numero monografico per riflettere e discutere su cosa è la bellezza, sulla sua relatività, sulle trasformazioni che essa ha assunto nel corso della storia della cultura, Un vero strumento per limitare, se non contrastare, la pressione dell'offerta di sempre nuovi consumi. Infanzia e adolescenza sono target ormai privilegiati delle strategie di marketing, in un'età in cui il proprio aspetto, il modo concreto di porsi e di apparire assumono un fortissimo significato nella costruzione dell'identità e nella sua proposta agli altri.**

socialite degna di inviti ai migliori party che, una volta migliorata la propria immagine, potrà ottenere in premio un «boyfriend», il quale, a sua volta, mentre fornirà alla giocatrice altri «bimbo dollars» da spendere in frivolezze, avvierà, come l'ultimo dei romantici, sospiri&palpiti sul viale del tramonto!

Nella società del narcisismo, della ricerca della visibilità, del potere dell'immagine e della cinica mercificazione degli affetti, adolescenti e be-tween, di fatto, sono i soggetti più esposti all'eventualità di lasciarsi coinvolgere dall'obbligo di essere belle, senza magari sentirsi affatto all'altezza, senza interrogarsi o stabilire legami fra aspetto e affetti, fra la bellezza del corpo e la bellezza dell'anima, rischiando alla fine - come scriveva, in proposito, Donald Winnicott - di innamorarsi di una bellezza colta solo nel bagliore della superficie. La qual cosa è ben diversa, proseguiva il pediatra e psicoanalista britannico, da amare e quindi

pensare che la persona sia bella, o che si possa scorgere quel che di bello c'è in lei.

A ben guardare, *Gaspere* la storia illustrata da Eric Battut, racconta proprio il faticoso percorso di Gaspere, una falena nera, talmente stordito e eccitato dalla bellezza perfettamente decorata delle farfalle, da crederci farfalla egli stesso. Questo sino a quando, incontrando la dolce falena Iolanda e potendosi specchiare amorevolmente in lei, per prima cosa riconobbe se stesso, la propria unicità, scoprendo poi che per essere felici e belli non occorrono certo ali sfolgoranti!

Non diversamente anche il destino del povero brutto anatroccolo - umiliato e deriso nella sua bruttezza - mentre denuncia gli inganni del gusto comune, segnala della bellezza la vicinanza con l'amore. «Bello è ciò che si ama» scriveva Saffo nel sonetto *La Kalokagathia*. ❖