



BELLA IO?

MAI

ABBASTANZA

LE DONNE SONO GIUDICI SPIETATI CON SE STESSE, LE PRIME A BOCCIARSI QUANDO SI GUARDANO ALLO SPECCHIO. PAROLA DI **KATIA, JUANITA, ALESSANDRA** E DELLE PROTAGONISTE DI UNO SPOT ESPERIMENTO. INTANTO GLI ESPERTI LANCIANO UNA PROVOCAZIONE: E SE LA NOSTRA INSICUREZZA FACESSE COMODO AGLI UOMINI?

DI Michele Boroni FOTO Bruno Dayan

Il dibattito sull'immagine della donna in tv, sui giornali e sul modo in cui la pubblicità usa la bellezza femminile è sempre acceso. Gli spunti non mancano: dall'eccesso di nudo al fisico irraggiungibile delle modelle sui magazine, dalle provocazioni di alcuni format tv alle proposte di legge per censurare le campagne che parlano ai consumatori solo attraverso il corpo femminile. Ma che traccia lasciano queste immagini sulla percezione che le donne hanno di se stesse? In che modo influenzano il loro sguardo allo specchio? Il marchio Dove (gruppo Unilever), che da dieci anni ha intrapreso un progetto di sensibilizzazione sulla "reale bellezza" femminile, ha dato una risposta con uno spot esperimento che è stato premiato all'ultimo Festival della Creatività di Cannes con il Gran Prix, l'Oscar della pubblicità. *Real beauty sketches* (questo è il titolo) è un filmato semplice: ci sono un loft, una tenda bianca, un ritrattista forense dell'Fbi e sei donne. Ognuna prende posto dietro la tenda e inizia a descriversi. Il ritrattista senza vederla, ma sulla base delle sue indicazioni, ne tratteggia il volto. Finito il ritratto, la ragazza se ne va. Arriva la donna successiva che, oltre a parlare di se stessa, descrive chi l'ha preceduta. E il disegnatore fa un secondo ritratto.

LA MIA FACCIA È UNA SORPRESA
Alla fine le intervistate vengono messe di fronte al loro doppio identikit e, in tutti i casi, i disegni realizzati



IMPARARE A VOLERSI BENE È POSSIBILE

sulla descrizione delle altre sono i più belli e armoniosi. Il messaggio è chiaro: le donne non si piacciono mai, sono giudici severi e spietati con se stesse. E lo spot è diventato un fenomeno virale sui social network (lo trovate su YouTube digitando *Real beauty sketches*).

«Le immagini che arrivano da moda e pubblicità non aiutano le donne a costruire un'immagine autentica di sé. Le rendono spesso solo più insicure», spiega il sociologo Francesco Morace, che guida la società di ricerche Future Concept Lab. «La percezione del proprio corpo è ancorata all'immaginario collettivo e molte ragazze non si rendono conto di subire un modello deciso dagli uomini che esercita un'influenza sottile. Ben vengano quindi iniziative che scuotono la sensibilità femminile più profonda». In Italia il problema risulta amplificato perché, rispetto ad altri Paesi occidentali, la nostra cultura ha ancora una forte impronta maschilista. L'Osservatorio di Pavia che studia i media, fornisce in questo senso dati significativi: per esempio, tra gli esperti intervistati nei telegiornali italiani, l'86% è uomo. Viceversa le donne rappresentano il 38% di coloro di cui non viene mai citata né professione né posizione sociale, perché irrilevante ai fini delle notizie. «Dunque non è solo questione di immagine, è in gioco anche la definizione del ruolo femminile», interviene Anna Maria Testa, pubblicitaria e docente di linguaggi della comunicazione presso l'Università Bocconi. «Se i mass media si impegneranno a sostenere modelli diversi da quelli plasmati sull'immaginario maschile, aiuteranno concretamente la modernizzazione del Paese. E, di conseguenza, faranno crescere l'autostima femminile. Solo così le donne saranno capaci di guardarsi in modo diverso e ogni ruolo e obiettivo saranno possibili». ■



»»Juanita De Paola, 38 anni, imprenditrice turistica «Il giudizio che do a me stessa ogni mattina determina l'umore della mia giornata. Devo sempre riuscire a sentirmi bella. Per molto tempo il mio corpo è stato un problema. Avevo diversi chili di troppo, non mi piacevo. Poi ho detto basta: ho fatto dieta, camminato e cambiato colore di capelli. E ho imparato ad amarmi con un metodo: lavorare con passione, guardarmi meno allo specchio, scegliere solo vestiti che mi fanno sentire a mio agio. E, poi, provo a sorridere sempre. Si vedono meno rughe».



»»Katia Mitrovich, 34 anni, impiegata nel settore no profit «La percezione che ho di me stessa è cambiata negli anni. Sono venuta a patti con quelli che considero miei difetti rispetto ad un mio personale modello di bellezza. Il fatto, però, di aver accanto un compagno che mi dichiara apertamente la sua attrazione ha cambiato il modo in cui mi guardo. E mi fa sentire più rilassata».

»»Alessandra Rachini, 44 anni, sommelier «Non so come mi vedano gli altri, ma io ho avuto un rapporto conflittuale con il mio aspetto. Quando ero ragazzina la mia attenzione si concentrava su alcuni particolari del mio viso e del mio fisico. Mi sentivo osservata e giudicata ed ero piena di complessi. Mi vergognavo dei miei denti, facevo fatica a sorridere in pubblico, pensavo che il mio viso fosse troppo tondo e, se mi volevano fotografare, mi mettevo di profilo o risucchiavo le mie gote, assumendo espressioni improbabili. Con il tempo ho imparato a volermi bene e trasformare i difetti in caratteristiche uniche e speciali. Ora sono disinvolta. Non voglio più vivere rigida come una statua».

Le italiane tra le più discriminate

Secondo il Gender Gap Index, l'indice del World Economic Forum che misura la disparità di genere in 135 Paesi, l'Italia nel 2012 si trovava all'80° posto, dopo Ghana, Honduras e Botswana. I parametri considerati sono salute, istruzione, partecipazione politica e opportunità economiche. Sulle ultime due voci la posizione è peggiorata rispetto al 2010, dove eravamo al 74° posto.

