

COPIA E INCOLLA

L'obbedienza a canoni stringenti, che inducono a correggersi all'infinito per conformarsi a un modello irraggiungibile, è l'antitesi della libertà. Un saggio e un romanzo smascherano la "colonizzazione capitalista della coscienza femminile" e i danni della beauty obsession

Sienna ha 25 anni e da sei fa regolari iniezioni di filler. Prima di pubblicare una foto su Instagram la carica su Facetune per ulteriori ritocchi. Alla sua migliore amica spiega che tutto questo la fa sentire empowered. L'amica è Ellen Atlanta, autrice di *Pixel Flesh. How Toxic Beauty Culture Harms Women* (Headline Publishing, 2024), una documentata indagine su come l'ossessione per la cultura della bellezza danneggi le donne. Nel libro, Atlanta si domanda provocatoriamente: "Sienna guadagna bene, perché non dovrebbe investire sulla propria immagine? Occuparsi di sé e aumentare la fiducia in sé stessa?". Ma aggiunge poi: "Mi dice anche che non riesce a smettere di dissezionare il suo viso in cerca del prossimo ritocco". Sienna sembrerebbe vittima di quell'incantesimo collettivo che colpisce milioni di donne in tutto il mondo spingendole a intervenire senza sosta sul proprio corpo nella convinzione che ciò significhi avere, finalmente, controllo su sé stesse e aumentare il proprio potere personale. Fu un famoso marchio cosmetico, negli Anni Settanta, a fare leva per primo sul concetto di empowerment a scopi commerciali, lanciando il claim "Perché tu vali". Da lì in poi, afferma l'autrice britannica, abbiamo assistito a una progressiva e incessante "colonizzazione capitalista della coscienza femminile". In sostanza, alle donne è stato detto: siete emancipate, avete disponibilità economiche, potete fare qualsiasi cosa vi faccia sentire più sicure e belle. La responsabilità è vostra. Il successo dipende da voi. E con queste premesse sono stati introdotti sul mercato, come strumenti per essere sempre più empowered, cosmetici, interventi di chirurgia, diete, programmi di wellness e filtri digitali. Quando un messaggio viene con-



Volti inespessivi, frammenti ravvicinati di corpi che ricordano le opere di Christina Ramberg, guanti di lattice nero fuso, tutto in un diluvio di rosa: nella serie *Virtually Yours*, Charlie Stein gioca con il linguaggio della seduzione, del fetish e dei regni digitali. Sotto, *Virtually Yours (Cinderella)*, 2024. Sopra, *Delicate Power*, 2023.



BAZAAR

172

diviso e rilanciato sui social da chi ha potere di influenza, lo spazio per esercitare una sana capacità critica si assottiglia fin quasi a scomparire. Così Kylie Jenner, seguita da 397 milioni di persone, propagando un rigoroso standard di bellezza da ottenere, preferibilmente, grazie al suo brand. Eppure si definisce "femminista" in virtù del fatto che guadagna e non dipende da un uomo. Commenta Atlanta: "Per me incarna la più grande contraddizione del femminismo moderno. Se l'obiettivo è avere potere economico ed essere libere dal vincolo del matrimonio, sì, ha vinto. Ma alla girl-boss, come viene definita negli spazi social, ambiziosa e dedicata alla carriera, è comunque richiesto di essere attraente e aderire a standard convenzionali di femminilità". Quello che Atlanta mette in discussione, infatti, non è il legittimo desiderio di piacersi che le donne nutrono dalla notte dei tempi (l'autrice ricorda Cleopatra e i suoi famosi bagni nel latte d'asina), ma l'imperativo categorico di obbedienza a canoni stringenti e creati da qualcun altro. "Certo che le pratiche di bellezza sono usate anche per esprimere passione e creatività. C'è un grande potere nell'arte di esprimere sé stessi, ma l'attuale modo di intervenire sulla bellezza è l'antitesi della libertà creativa. La cultura digitale offre opportunità di paragoni e competizione su una scala mai vista in precedenza. Questo, insieme ai progressi nella tecnologia cosmetica, crea una cultura in cui anche la più piccola imperfezione - che ci rende uniche - può essere corretta", si legge in *Pixel Flesh*. "L'illusione della bellezza come modo per prendersi cura di noi stesse ci consente, per un attimo, di credere che abbiamo una qualche libertà nella creazione della nostra estetica personale, quando in realtà è

Charlie Stein/courtesy of Studio Charlie Stein/Roman Mirz



A lato, una rosa-vagina in *Virtually Yours (Instant Intimacy)*, 2023. L'artista berlinese dipinge una realtà brillante, filtrata per creare un'estetica più instagrammabile. Ma è un mondo "rotto".

controllata e modellata da un sistema più grande di noi". Con buona pace dei movimenti di body positivity. Continua Atlanta: "L'uniformità è stata usata storicamente come forma di controllo e subordinazione: conformandoci a un modello copia e incolla, perdiamo il senso della nostra individualità e della nostra umanità. E questo va oltre l'estetica: è un atto politico che ostacola la nostra capacità di definirsi e ci sottrae libertà di azione". Quando si parla di donne, che il personale diventi politico non è una novità. Pure Naomi Wolf l'aveva detto trent'anni fa: "Le diete sono il sedativo politico più potente di tutta la storia delle donne". Il suo bestseller *Il mito della bellezza*, uscito nel 1990, viene non a caso citato ripetutamente da Atlanta. La teoria di Wolf era questa: nel momento in cui il femminismo ha liberato le donne dalla Mistica della Femminilità, intesa come devozione alla vita domestica, a essa è stato prontamente sostituito il Mito della Bellezza, un modo più aggiornato ai tempi di tenerle sotto controllo. "L'identità delle donne deve presupporre la loro "bellezza" perché restino vulnerabili all'approvazione esterna e siano costrette a mettere allo scoperto quella caratteristica vitale e sensibile che è l'autostima", scriveva Wolf. La femminista statunitense non poteva concepire la quantità di immagini (filtrate) a cui i social ci avrebbero dato accesso, inducendoci a interiorizzare (anche) un modello di bellezza virtuale, per definizione inarrivabile, aggiungendo così un ulteriore peso sulle nuove generazioni: Atlanta racconta di ragazze che, a parte andare a scuola, non escono di casa per non mostrare il viso "senza filtri". Maura Gancitano, filosofa ed editrice, ha ripubblicato *Il mito della bellezza* con la curatela

BAZAAR

173

“Il pensiero della nostra immagine diventa un’interferenza costante: qualunque cosa facciamo, con chiunque parliamo, in sottofondo vibra l’ansia di come gli altri ci vedono”

MAURA GANCITANO, FILOSOFA ED EDITRICE

sua e di Jennifer Guerra (Tlon, 2022) e ha scritto *Specchio delle mie brame. La prigione della bellezza* (Einaudi, 2022). Spiega: «Il testo di Wolf ha aperto la strada a una serie di studi, soprattutto di psicologia clinica, che confermano le sue intuizioni: il modo in cui veniamo educate a percepire noi stesse e il nostro aspetto fisico ha un effetto diretto su come ci giudichiamo allo specchio e sui comportamenti alimentari. Viviamo immerse in un’atmosfera sociale che richiede perfezione e induce a sentirsi in colpa se non la si raggiunge». Insieme al Mito della Bellezza viaggia oggi quello che potremmo definire il Vangelo del Benessere, mutuando l’efficace titolo di un libro uscito l’anno scorso, scritto dalla giornalista statunitense Rita Raphael: *The Gospel of Wellness: Gyms, Gurus, Goop, and the False Promise of Self-Care* (Profile Books). Parliamo della tendenza a votarsi al benessere psico-fisico come a un culto religioso, i cui precetti includono: praticare il workout più all’avanguardia, mangiare il cibo più sano e persino aderire alla giusta disciplina spirituale. «I due fenomeni sono collegati e hanno a che vedere con il modo in cui la società capitalista ci considera macchine che devono funzionare alla perfezione, performando senza riposare mai. Così, pure comportamenti teoricamente positivi come prendersi cura della propria salute diventano armi letali che portano a esercitare su di sé un controllo costante», spiega Gancitano. «Nell’impresa investiamo molti soldi e molte energie mentali. Il pensiero della nostra immagine diventa un’interferenza costante nella quotidianità: qualunque cosa facciamo, con chiunque parliamo, in sottofondo vibra l’ansia di come gli altri ci vedono». Su come il wellness sia diventato una sorta di dovere sociale riflette anche la scrittrice statunitense Jessie

Gaynor, che nel romanzo *Luminosa* (66thand2nd, 2024) racconta di una pierre che lavora nel campo del benessere (“Settore Women Empowerment”) e decide di trasformare una sgangherata guru, che propone bizzarre meditazioni, mangia solo zucchine e – certamente grazie a tutto questo! – ha una pelle meravigliosa, nella superstar di un retreat di lusso da “vendere” al suo target di riferimento. Che è il seguente: “Tra i venticinque e i trentacinque, o anche quarantacinque anni, senza figli. Spende tra i mille e i quattromilacinquecento dollari l’anno in prodotti e trattamenti per la skincare e guadagna più di settantamila dollari l’anno. Ha sul cellulare almeno un’app di meditazione. Acquista bio quando le fa comodo ed è pronta a seguire una dieta vegana per un mese, per provare. Va a yoga un paio di volte la settimana. Sta a dieta, ma non la definisce tale, dice che mangia sano. È insoddisfatta della sua vita, ma è certa che dipende solo da lei”. Commenta l’autrice: «La bellezza è considerata una virtù da sempre, ma da quando, grazie ai social, esiste il concetto di personal branding, è diventata qualcosa che si può monetizzare, che può conferire potere reale. Uno degli aspetti più insidiosi della “religione del wellness” è il messaggio implicito che chiunque possa ottenere la bellezza necessaria, a patto di impegnarsi con tutte le forze e scegliere il percorso giusto. Un imperativo che crea pressione in ogni aspetto della vita. Un esempio facile: si può mangiare un’insalata perché piace. O farlo con l’idea che favorisca la luminosità della pelle». Gaynor centra la questione: la libertà di scelta. «Il punto focale è capire se ciò che facciamo risponde a un dovere o a una reale esigenza di benessere», conferma Gancitano. «Non è facile, perché per individuare le proprie motivazioni profonde occorrono

strumenti di introspezione che nessuno ci fornisce. Per questo giudicare chi modifica il corpo è sbagliato e anche inutile. Possono esserci casi in cui un intervento – anche di chirurgia estetica – può aiutare a mantenere la salute mentale. Per le pazienti oncologiche, per esempio, il make-up può essere utile per ricostruire il rapporto con la propria immagine». Se il danno principale dell’odierna beauty obsession è quello di offuscare la capacità delle donne di scegliere con libertà e consapevolezza, esiste un modo per invertire la rotta? «A livello individuale si può migliorare la propria capacità di guardarsi dentro e capire che cosa ci fa davvero stare bene. Sarebbe anche auspicabile che iniziassimo tutte e tutti a pensare al corpo non in termini di bellezza, ma come uno strumento per fare esperienza del mondo. Ma ciò che servirebbe davvero è una resistenza collettiva a un sistema di mercato che, individuando nelle donne l’80 per cento del suo target, non avrà mai alcun interesse a cambiare autonomamente». A supporto della sua denuncia, in *Pixel Flesh* Atlanta cita alcuni dati. Il 28 per cento delle ragazze tra i 18 e i 24 anni e il 31 per cento di quelle tra i 25 e i 34 si è già sottoposto a trattamenti cosmetici. L’80 per cento delle ragazzine usa filtri digitali sin dall’età di 13 anni. I disturbi alimentari sono globalmente aumentati dal 3,5 per cento (2000-2006) al 7,8 (2013-2018). Ma il dato forse più convincente che l’autrice fornisce, è che Maura Gancitano conferma, è questo: le donne sono stanche. Molto stanche. Di sentirsi imperfette, di cercare sempre nuovi difetti da correggere, di rispondere al richiamo di fatue promesse di felicità che non si realizzano mai. C’è da chiedersi se non possa essere questa la motivazione definitiva al cambiamento: riprendersi la propria, preziosissima, energia vitale.

Nella pagina accanto, *Virtually Yours (Anti-Portrait)*, 2024. Criticando le costrizioni sociali imposte alle donne, Stein prende sul serio il glitch potenziato del virtuale nel momento della fusione tra corpo e macchina. Trasformando tutti in un’immagine unica, fluida, che permette di sfuggire alla sorveglianza e alla categorizzazione, evidenzia la nostra umanità condivisa. Dal 27 ottobre al 4 dicembre l’artista è in mostra con *Encrypted Bodies* alla galleria Kristin Hjellegjerde di West Palm Beach.

BAZAAR

174



Charlie Stein/courtesy of Sarah Stein/Rosamund Mirza

BAZAAR

175