

Introduzione

Il problema

La pornografia inonda, con le sue rappresentazioni, il nostro vivere quotidiano. Immagini erotizzate ci occhieggiano dai giornali e dagli altri media e sembra che sia impossibile pubblicizzare qualcosa senza accostarlo a temi sessuali. Esser di classe significa oggi esser sexy e l'eleganza è misurata in termini di capacità di seduzione.

Alle bambine viene insegnato che esser seducenti spiana la strada al successo e il modello di riferimento che viene proposto loro è quello delle veline.

Uomini e donne inseguono il mito dell'eterna giovinezza e la scienza medica, la chirurgia estetica, la moda e la cosmesi assicurano a tutti che questo mito può diventare reale. Nessuno accetta più di invecchiare e uomini e donne si vedono, si vestono, e spesso anche si comportano, come adolescenti, riproducendo su se stessi le incertezze di questa età. Gli adulti tendono ad esser giovani e l'infanzia è trattata da adulta: nei grandi magazzini sono disponibili perizomi, calze a rete e minigonne per bambine di pochi anni, e le riviste di moda suggeriscono che questi sono gli abiti adatti per esser trendy.

La responsabilità, nonostante i continui richiami retorici a questo valore pronunciati dalla classe politica, sembra del tutto fuori moda e l'ideale sembra costituito da relazioni poco impegnative il cui solo valore è il piacere reciproco. I matrimoni calano e le separazioni aumentano: la possibilità e la facilità delle relazioni extraconiugali è discussa apertamente, confessata e suggerita in una molteplicità di occasioni, dalle "lettere al direttore" nelle riviste ai film-tv, sino alle istruzioni per esser felici confezionate da tanti profeti del sesso libero. Aumentano le gravidanze di ragazze assai giovani non sposate e aumenta il numero delle maternità interrotte. I giovani vivono le loro esperienze sessuali sempre più precocemente e quello che una volta era il tremendo tabù del sesso è banalizzato sempre più precocemente.

Mentre sparisce il tabù del sesso si riduce anche la dimensione fisica del sesso: è il sesso virtuale, il cybersesso, che sembra coinvolgere la dimensione mentale dell'erotismo. Ciascuno può trasformarsi virtualmente in un eroe del porno e pubblicare proprie foto e video nei quali mostra a chiunque abbia voglia di guardarlo le proprie performance sessuali.

Lungi dal cercare di preservare la privacy sembra che tutti desiderino, al contrario, il massimo della pubblicità. La confessione, un tempo riservata all'orecchio discreto del sacerdote, è oggi rivolta a tutti: una confessione universale che non ha bisogno di assoluzione perché la vera "colpa" è non riuscire ad avere un adeguato risalto pubblico. Non è un caso che i reality-tv siano gli spettacoli più diffusi e graditi, con volontari reclusi disposti a tutto pur di rimanere sempre sotto l'occhio dell'attenzione generale, temendo solo di tornare all'anonima libertà di una vita qualunque.

Tutto questo mentre il consumo di pornografia esplose: il mercato si amplia ogni giorno e il volume di affari raggiunge cifre sorprendenti. La spesa per la pornografia cresce nonostante sia disponibile una quantità praticamente illimitata di materiale gratuito su internet.

La pornografia diventa il punto di riferimento per la moda mentre indumenti, accessori, comportamenti ed espressioni passano direttamente dai set a luci rosse alla vita quotidiana.

Il modo di vestire che avrebbe un tempo connotato una "sgualdrina" è oggi il look fashion proposto alle bambine e alle loro madri ed espressioni di apprezzamento che un tempo avrebbero offeso sono diventate oggi complimenti. Del resto attrici e modelle, il cui unico titolo è aver lavorato nel mondo della pornografia, assumono sui media il ruolo di maestre di stile e spiegano come essere felici, come vestirsi, come condurre una vita intensa e piena di emozioni.

Queste trasposizioni di segni e tratti culturali dalla pornografia ai sistemi di significato usati comunemente sono state definite "pornografizzazione della vita quotidiana", "sessualizzazione della cultura", "normalizzazione della pornografia". Sono tutti termini che, in sostanza, cercano di definire il fatto che la pornografia è talmente diffusa da aver perso ogni valenza trasgressiva. È, appunto, diventata "normale".

Una normalità che, naturalmente, non ha mancato di spaventare alcuni: conservatori che vedono nella diffusione della pornografia un attacco alle basi della vita sociale e femministe che leggono la pornografia come oggettivizzazione della donna e come un tentativo per mantenerla ancora sotto il controllo maschilista. Un po' tutti, inoltre, sono preoccupati per gli effetti pericolosi che i nuovi modelli educativi di riferimento, presenti nei media, possono avere sull'infanzia, soprattutto sulle bambine.

A questi pareri se ne oppongono altri, altrettanto motivati, di coloro che esaltano invece la tendenza moderna come il superamento dei vecchi tabù sessuali e come la liberazione dalle rigide morali repressive imposte dalle chiese e, quindi, come un modo per garantire l'emancipazione femminile.

Entrambe le posizioni mancano di incidere sulla realtà dei fatti. Sono poco più che dichiarazioni di principio. Gli spaventati critici della sessualizzazione non hanno i mezzi, semplicemente, per invertire la tendenza. La normalizzazione della pornografia non è un'ideologia filosofica superabile con un'altra ideologia filosofica, e non è un "vizio" da correggere con la "virtù". Gli appelli in tal senso sono sterili. Gli ottimisti celebratori della democrazia sessuale, da parte loro, dimenticano quanto di spaventoso esiste nello sfruttamento che in buona parte della produzione pornografica subiscono alcuni esseri umani. Dimenticano che dietro la pornografia esistono imperi economici che sono disposti a concedere una democrazia del desiderio solo in termini retorici.

La pornificazione della cultura è un problema complesso e per risolverlo, almeno intellettualmente, occorrerà sfuggire dalle facili semplificazioni.

Proveremo a descrivere prima alcuni suoi aspetti, in modo da orientare il lettore. Occorrerà poi definire la categoria di pornografia, sottraendola alla sua categorizzazione come universale. La pornografia non è sempre esistita e non è sinonimo di rappresentazione di atti sessuali. Restituiremo la pornografia alla sua dimensione storica ponendola in relazione con la censura e con i rapporti di potere tra le classi. Le rappresentazioni pornografiche, accettate senza problemi dalle classi al potere, divengono un problema quando la tecnica permette la loro diffusione tra le classi popolari, per definizione poco istruite e facilmente influenzabili. La censura diviene lo strumento per impedire che queste classi inferiori accedano al materiale delle classi superiori e la pornografia nasce a seguito di questa censura. Si tratta, in sostanza, del problema del controllo dei corpi tramite il controllo della sessualità.

Fatto questo potremo ricostruire storicamente in che modo la pornografia si è sottratta alla dimensione marginale e clandestina che la caratterizzava sino agli anni '50 dello scorso secolo ed è, lentamente, filtrata nella cultura di massa tramite i media. Esamineremo la questione dai primi disegni delle pin-up, passando per i film clandestini, per *Playboy* sino alla legalizzazione della pornografia.

Poiché la pornografia non è tutta uguale occorrerà delineare i suoi codici principali e ricostruire gli elementi iconografici prevalenti, individuando il senso della pornografia nella volontà di "far vedere" la realtà del sesso nella sua condizione naturale. Solo dopo questo potremo iniziare l'indagine sulla diffusione dei temi pornografici nella cultura popolare. Collegheremo questa diffusione con il desiderio di apparire, di esser presenti, con la tendenza a illustrare il reale propria della pornografia e quindi con la "fame di realtà" che caratterizza i media.

Il porno virtuale, nei suoi vari aspetti, rispecchia l'ambiguità della pornografia, tra aspirazione alla liberazione del desiderio e gabbie commerciali che tentano continuamente di sfruttarlo economicamente. La denuncia dello sfruttamento economico andrà di pari passo con la prospettiva dei soggetti che si sforzano di guadagnare spazi di libertà, come nel caso del *realcore*.

A questo punto potremo illustrare per quali canali avvenga la normalizzazione della pornografia, dalla pubblicità allo *star system* passando per l'economia e lo sport. La normalizzazione ha raggiunto livelli tali da incidere oggi sul modo con cui concepiamo il nostro corpo e su una serie di comportamenti. Esamineremo il fenomeno della depilazione, del *sexting*, del *fast sex*, e concluderemo con una discussione sui *sex toys*.

L'esposizione dei rischi, dei pericoli della pornificazione, dalla violenza nei media alla sessualizzazione delle bambine, dai lamenti dei conservatori alle proteste delle femministe, sarà accostata alle prime indagini sulla pornografizzazione della cultura. Il fenomeno è assai poco teorizzato e molti degli studi complessivi si sono limitati a raccogliere elementi empirici senza un grande approfondimento teorico. Nell'ultimo capitolo cercheremo di approfondire questo aspetto stabilendo un collegamento tra materiale pornografico, che costituisce il linguaggio, interessi dell'industria capitalista, che costituiscono la causa, e secolarizzazione, che costituisce il contesto.

Terminologia

Le nostre nonne si recavano ancora in chiesa la domenica con il capo coperto da un velo. Oggi signore mature prendono senza problemi il sole seminude mentre i loro nipotini giocano sulla spiaggia. Il bikini, costume femminile, prese questo nome perché il suo effetto sulle spiagge doveva essere paragonabile a quello dell'atomica fatta esplodere nell'omonimo arcipelago: oggi su molte spiagge alla moda farebbe l'effetto di un burka. Ancora all'età del carosello televisivo esisteva una lista di termini che non potevano essere usati in televisione e una forte autocensura, o censura implicita, limitava i temi che potevano essere affrontati o i prodotti che potevano essere pubblicizzati. Oggi la pubblicità dei contraccettivi giunge sui teleschermi all'ora dei pasti. Sino agli anni '60 in Italia un celebre maestro, Alberto Manzi, insegnava in Tv che "Non è mai troppo tardi" per apprendere a leggere e scrivere e l'istruzione appariva come lo strumento principe per la mobilità sociale: oggi alle selezioni per le "veline", giovani, e meno giovani, mostrano le gambe per assicurarsi un avvenire

nel mondo dello spettacolo, che si prospetta come la sola dimensione ove sia possibile far davvero fortuna e scalare il successo. Come sono avvenute queste trasformazioni? Come si è diffusa questa larga tolleranza per il sesso e la sessualità? Cosa comporta questa tendenza? È un bene o un male? È inevitabile o possiamo fermarla, o almeno contrastarla?

La pornografia è un concetto complesso, che copre un ampio spettro di comportamenti e idee: dalla violenza più ripugnante sino ai giocosissimi gruppi amatoriali che combinano festosi incontri su internet. Può essere positiva e rafforzare la nostra vita oppure negativa, alienante, spaventosa persino. Se dobbiamo conoscere chi siamo dobbiamo anche conoscere il fenomeno della pornificazione della cultura e questo è lo scopo, nei limiti del possibile, del volume che avete tra le mani.

Molti degli studi sulla pornificazione della cultura provengono da psicologi, che tendono a considerare la pornografia come un pericolo per la psiche, una specie di malattia, evitabile con una buona prevenzione o con cure adeguate; oppure come una medicina, capace di riportare l'equilibrio e la salute nel corpo. Anche noi utilizzeremo molto del materiale fornito dagli psicologi ma la nostra prospettiva è invece storico-culturale e cercheremo di muoverci restando sempre sul piano di una rigorosa storicizzazione.

Sarà necessario, nel corso dell'esposizione, ricorrere spesso a termini quali "realtà" e "autenticità" per definire le rappresentazioni della pornografia. L'uso delle virgolette ha lo scopo di segnalare che questi termini non indicano affatto la possibilità di catturare la realtà immediata, prima di ogni mediazione, bensì che sono delle convenzioni, che si riferiscono a dei modi di comunicare, a delle rappresentazioni prodotte da qualcuno e non alla realtà dei fatti. Per semplicità espositiva le virgolette saranno spesso omesse, tranne nei casi in cui occorrerà sottolineare con particolare enfasi il carattere di produzione di queste "realtà" ed "autenticità". Nondimeno il lettore dovrebbe leggere questi termini come se sempre fossero tra virgolette.

Pornografia, porno, pornografizzazione e sessualizzazione sono termini che ricorreranno spesso nel nostro lavoro, alcune volte assumendo un significato intercambiabile. In genere, siamo convinti, il contesto sarà sufficiente per comprendere il senso preciso con cui vengono usati, ad ogni modo, tanto per fornire un orientamento e per facilitare il lettore sarà bene illustrare il senso generale dei concetti che saranno utilizzati nella trattazione.

La pornografia è l'insieme di rappresentazioni erotiche il cui scopo è eccitare sessualmente il consumatore. Quanto questo insieme costituisca un sistema di codici, quasi una subcultura, emergerà dalla nostra

analisi. La pornografia è costituita da vari filoni, da quello classico eterosessuale, *mainstreaming* nella terminologia anglosassone, alle varie specializzazioni per le diverse nicchie di mercato (con contenuti omosessuali, donne mature, animali, esibizionismo...), sino alla pornografia illegale che può coinvolgere bambini o atti di violenza i cui contenuti sono particolarmente sgradevoli. Nella maggioranza dei casi, quando non è ulteriormente specificato, si intenderà la pornografia classica eterosessuale. La pornografia industriale è quell'insieme di rappresentazioni pornografiche prodotte dall'industria pornografica a partire dal momento in cui la pornografia è diventata legale. Prima di questa legalizzazione, chiaramente, la produzione di pornografia avveniva in modo artigianale e su base pre-industriale. Per i nostri scopi, come speriamo emergerà dallo svolgimento della trattazione, non distingueremo, se non quando sarà necessario, tra pornografia *hard core* e *soft core*. Per pornografia e per produzione pornografica intenderemo qualunque contenuto miri principalmente all'eccitazione del consumatore, indipendentemente dal livello di questo contenuto.

La pornografizzazione della cultura è quel fenomeno per il quale elementi e tratti della pornografia penetrano all'interno della cultura ufficiale o della cultura di massa, usualmente tramite l'influsso dei media, e si trasformano in segni usati comunemente da tutti, siano questi soggetti consapevoli o meno dell'origine di quel segno. Così, ad esempio, il perizoma inventato dalle ballerine di New York all'inizio dello scorso secolo è diventato un capo usato comunemente senza che chi lo indossi debba necessariamente alludere a quella dimensione spettacolare; analogamente la depilazione pubica sorta sui set pornografici per esigenze tecniche si è diffusa a tutti i livelli trasformandosi in una pratica igienica. In molti casi la pornografizzazione della cultura avviene deliberatamente, come ad esempio in certi contenuti artistici della musica pop, allo scopo di manifestare una carica trasgressiva. A volte ricorremo al termine generico "porno" per indicare questo stesso concetto. In generale privilegeremo il termine porno per riferirci ai contenuti della pornografia che sono proposti alla coscienza comune mentre useremo il termine pornografizzazione per indicare quei contenuti che sono già penetrati nella cultura di massa.

In tutti i casi la pornografizzazione ha l'effetto di rendere meno estranei alla coscienza comune certi elementi della pornografia e di far alzare la soglia di tolleranza: il comune senso del pudore accetta ogni anno contenuti che un decennio prima sarebbero apparsi scandalosi. Questo processo è stato definito dagli studiosi "normalizzazione della pornografia", definizione che riprendiamo nella nostra analisi.

Un concetto simile a quello di pornografizzazione è quello di sessualizzazione della cultura. Questo termine sarà riservato per indicare quei fenomeni di costume nei quali si tende ad esaltare il significato erotico di alcuni tratti o comportamenti. Così, ad esempio, la pubblicità che usa immagini di donne seminude per vendere prodotti alimentari sta sessualizzando le sue immagini; le adolescenti che cercano di abbigliarsi per le loro serate in discoteca secondo i modelli offerti dalle pornstar sessualizzano i loro abiti e così via. Va da sé che a volte la distinzione tra pornografizzazione, porno e sessualizzazione è assai sfumata.

La nostra indagine ha la speranza di svolgersi sul piano antropologico e l'accezione del termine "cultura" è quella solitamente usata in antropologia culturale e in etnologia per indicare il complesso dei segni, dei significati e dei valori, nonché dei modi di vivere, di un popolo o di un gruppo. Per cultura popolare invece, tranne che ove diversamente specificato, intenderemo non la cultura degli strati popolari bensì quella veicolata e costruita "per il popolo" dai media e dai centri di produzione della cultura di massa. Cultura di massa e cultura popolare saranno perciò termini sinonimi. Alta cultura o cultura delle élite è la cultura ufficiale quando vista in contrapposizione a quella popolare di massa. Nei casi in cui sarà necessario riferirci alla cultura delle classi popolari pre-moderne o rurali utilizzeremo le espressioni folklore o cultura folklorica.

Pornografia quotidiana

Il ritorno delle principesse sexy

Ancora fino agli anni '70 le femministe, e con loro la maggioranza delle studentesse delle scuole superiori e delle università, dichiaravano a gran voce che non volevano essere né angeli del focolare né principesse: non volevano che la loro "femminilità" divenisse la scusa per esser trattate diversamente dagli uomini. Erano pronte, se necessario, a rinunciare proprio alla loro femminilità per ottenere la parità dei diritti. Il decennio fu caratterizzato, non a caso, dai roghi dei reggiseni, ritenuti il capo di abbigliamento simbolo di quel modello di femminilità che veniva considerato sinonimo di subordinazione.

Oggi le cose sono cambiate, il reggiseno è tornato largamente di moda, sia per la sua comodità sia per il suo ruolo nella costruzione della seduzione, e se gli angeli del focolare sono certo rari, sono invece tornate le principesse, che però non hanno più l'innocenza delle fiabe e si sono trasformate in personaggi di racconti per adulti. Quanto alla femminilità non solo è stata rivalutata ma sembra anche coincidere con l'esser sexy. Se guardiamo le immagini di alcuni periodici femminili oppure i modelli proposti dai media e largamente recepiti dal pubblico, sembra che il sogno di molte ragazze sia vivere una vita da bambola: appena escono dall'infanzia, con la collaborazione sovente compiacente di mamme e parenti, e a volte persino con l'incentivo delle famiglie, si lanciano nel progetto di acquisire forme snelle, perfettamente depilate, e abbronzate, come la bambola Barbie o una Bratz Doll, oppure, più verosimilmente, come attrici di film a luci rosse.¹

Il fenomeno dilaga e in televisione abbondano i volti plastificati di showgirl, presentatrici e attrici che trasmettono l'idea che la donna debba mantenere una giovinezza e bellezza costante nonostante il passare del tempo. Si moltiplicano le pubblicità di prodotti come creme antirughe e cosmetici di bellezza che promettono di ringiovanire la pelle in poco tempo, o quelle di centri dimagranti e pillole speciali,

1. Oppliger P., *Girls Gone Skank. The Sexualization of Girls in American Culture*, McFarland & Company, Jefferson (NC), 2008, p. 205: *"Instead of embracing the gains made by their foremothers and continuing the fight for empowerment, many females today are choosing to participate in their own sexual exploitation. They are offering their bodies to men in exchange for attention and acceptance, which puts all women at risk by sending a message to men that women, even girls, find pleasure in being treated as sexual objects"*

quasi miracolose, in grado di far perdere peso dormendo. I testimonial di questi prodotti, attrici e fotomodelle giovani, promettono con il loro aspetto il raggiungimento della salute e, soprattutto, della perfetta forma fisica. Dieta, shopping, cura del corpo, apparenza sexy, sembrano essere i principi di vita presentati dai media alle donne e alle ragazze. Un bombardamento pubblicitario fortissimo che è più che ben accetto dal mercato e che suggerisce alle bambine che per crescere e avere successo è necessario il più presto possibile assumere gusti ed atteggiamenti da adulti. Gli idoli delle adolescenti sono personaggi che provengono, oltre che dallo *star system*, anche da fonti non sospette di ammiccamenti alla sessualità e alla superficialità, e proprio per questo assai pervasive, quali i canali Disney. I personaggi delle serie televisive *Hanna Montana* (Miley Cyrus) e *Sonny tra le Stelle* (Demi Lovato) sono popolarissimi tra le adolescenti anche in Europa e le attrici che interpretano le serie sono solo le ultime di una lunga serie di “bambole”, da Lindsey Lohan sino a Britney Spears, che costituiscono dei modelli di riferimento per adolescenti ma anche per donne. Queste serie televisive sono accompagnate da una lunga serie di riviste per adolescenti e di fumetti analoghi, nei quali i temi principali sono il culto del corpo, l'irresponsabilità degli adulti, il divorzio dei genitori, la perdita della verginità, il consumo di alcol e droghe, i modi per piacere agli altri ed essere attraenti. I protagonisti di queste serie creano empatia nei telespettatori e trasmettono l'idea che il modo di vivere che è rappresentato costituisca la realtà.

Proprio perseguendo questo filone, anche il mondo dei giocattoli per le bambine si è adeguato a quello che sembra essere lo stile dei tempi e lo stesso vale per l'abbigliamento. Le ragazze e le bambine, in età sempre più precoce, richiedono vestiti studiati per mettere in evidenza la sessualità femminile e parallelamente è in aumento la richiesta di cosmetici creati appositamente per le bambine e ragazze più giovani.

Nel numero di dicembre-gennaio 2011 della nota rivista di alta moda *Vogue*, ad ammiccare in abiti seducenti verso il lettore, e verso le lettrici, erano tre bimbe tra i cinque e i sette anni, che truccate come una *femme fatale* assumevano pose procaci, mostravano gioielli, tacchi a spillo, abiti aderenti, con spacchi vertiginosi e scollature, monili di Versace, Yves Saint Laurent, Bulgari, Boucheron, Balmain o Louboutin. È vero che il servizio, con le polemiche che ha sollevato, è costato il posto alla direttrice della redazione di Parigi ma possiamo davvero pensare che quelle foto siano solo uno sfortunato incidente? Pare più realistico dover ammettere che si tratta solo di un segnale particolarmente forte di una tendenza che è in atto da decenni.

Nell'estate dello stesso 2011 la Lelli Kelly, nota casa di abbigliamento per le bambine, ha proposto una nuova linea di scarpe col tacco alto. Questo prodotto è stato sponsorizzato su tutti i media nazionali d'Italia e d'Europa durante le ore pomeridiane ed è stato accompagnato da un invitante regalo, ovvero il "lucidalabbra" alla frutta che permette alle bambine di poter "ammaliare" amici e parenti.

Nei reparti giocattoli dei grandi magazzini statunitensi è possibile reperire kit per la *pole dance*, e negli stessi magazzini, ai reparti per bambini, vanno a ruba magliette e T-shirt con messaggi osceni, che esaltano il sesso, la violenza, l'alcol, la droga, del tipo: "*So Many Boys, So Little Time*", o "*Eye Candy*", per non citare scritte anche più esplicite.² Nel dicembre 2007, sotto la pressione di parenti scandalizzati, una nota casa produttrice di abiti per l'infanzia statunitense eliminò dal catalogo per bambini (ma non da quello per adolescenti) degli slip intimi che recavano scritto sul davanti "*Who needs credit card...*" e sul retro "*When you've got Santa?*". Meno fortuna avevano avuto, nel 2002, proteste analoghe verso un'altra casa di produzione, che rifiutò di ritirare dal catalogo un perizoma per bambini che recava stampati sul davanti due graziosi occhi spalancati, del tipo di quelli diffusi tra i cartoni *manga*, oppure che facevano l'occholino, trasformando il triangolo di stoffa in un viso ammiccante. La casa replicò alle proteste dichiarando che quegli slip per bambine erano stati disegnati con lo scopo di produrre un senso di tenerezza e di piacevole leggerezza nei bambini e nei loro parenti: qualcosa, insomma, di cui non valeva la pena di curarsi perché "i bambini sono teneri e non hanno mai malizia", difetto che, semmai, si difese l'azienda, "può essere solo negli occhi di chi guarda". La stessa azienda ha avuto in linea, sempre nel catalogo per bambine preadolescenti, pantaloni della tuta disegnati appositamente, secondo le intenzioni della casa, per modellare il sedere di chi li indossa; jeans che avevano lo scopo di snellire le gambe ed altri che, rinforzati negli appositi punti, erano fatti per donare a chi li indossava un "aspetto sexy e un perfetto sedere".

Nei negozi alla moda, come nei grandi magazzini, è possibile acquistare perizomi di misura adatta a bambine di 4 anni, magari da indossare insieme a catenine scintillanti attorno ai fianchi; reggiseni imbottiti *push-up* disegnati per creare l'impressione del seno in bambine sotto i

2. Simili messaggi sulle maglie sono diffusissime ormai anche da noi: chi scrive ha potuto leggere sulla maglietta di una studentessa minorenni in una scuola: "*Senza la maglietta sono meglio*" e su quella di un'altra, nella stessa scuola, "*In fatto di sesso sono la N°1*". Il vertice, almeno per ora, è però stato sulla T-shirt di una bambina di forse 13 anni in una discoteca, in orario pomeridiano: "*Baciami, schiaffeggiami, scopami, vienimi sulle tette e vattene*".

10 anni; minigonne leopardate; micro-bikini; stretti e corti *micro-short*; corte magliette di cotone tagliate subito sotto il seno in modo da richiamare l'attenzione e lo sguardo su quella parte del corpo, e vari altri simili capi che enfatizzano la sessualizzazione del corpo delle bimbe.

Nel 2009 nel New Jersey, una ragazza di 14 anni è stata arrestata, processata e condannata per pedofilia dopo aver postato sul proprio sito personale su internet fotografie di se stessa nuda.³ Quanto poco il comportamento di questa ragazza sia raro risulta dai molteplici esempi che la stampa e le internet news riportano: non solo sono moltissimi i casi di foto di nudo messe in rete all'insaputa dei soggetti da amici, ex fidanzati e conoscenti ma la pratica di diffondere deliberatamente ad amici proprie immagini (o video) tramite cellulare o internet ha raggiunto un livello di diffusione tale da meritare un nome: *sexting*.⁴

Si diffondono saloni di bellezza per bambini di entrambi i sessi, che sono incoraggiati a pettinarsi, truccarsi e vestirsi in modo da apparire seducenti.⁵ Accanto a questi saloni, poi, esistono appositi centri benessere ove le bambine possono ricevere adeguate cure in modo da accrescere, con massaggi con oli e profumi, bagni e trattamenti di bellezza, la loro salute ma soprattutto la loro "avvenenza". Si moltiplicano le gare tra gruppi di ballo nelle scuole elementari e medie e le bambine sono indotte a vestirsi e ad assumere comportamenti sexy, indossando scarpe con i tacchi altissimi, come quelli delle madri. Elementi infantili e sexy si mescolano negli stessi abiti poiché le aziende hanno scoperto che un adulto può accettare di comprare per una bambina un prodotto fortemente sessualizzato se alla sessualizzazione sono accompagnati elementi che richiamano l'innocenza tradizionale. Così un adulto può acquistare una minigonna leopardata se il colore di fondo è rosa, colore tipico delle bambine, oppure se la stessa gonna, magari abbinata a un perizoma analogo, è corredata con pizzi e merletti che recuperano il carattere infantile delle bambine che rischiva di esser smarrito. In pratica le boutique e i negozi che si rivolgono alle bambine vendono indumenti un tempo riservati alle donne adulte quando decidevano di apparire sexy, favorendo la diffusione di uno "*hooker-style*", che si ispira allo stile sexy delle prostitute o, meglio, all'immagine sexy che le prostitute hanno nei film a luci rosse.⁶

3. Lunceford B., "Sex in the digital age", *Explorations in Media Ecology*, 9, n. 4 (2010): 239-44.

4. Un esempio può essere rinvenuto a: <http://www.affaritaliani.it/cronache/adolescentemette-in-mostra-video-sessuali050613.html>

5. Chiunque può, ad esempio, cercare su internet le immagini relative al gruppo *Libby Lu* per avere un'idea.

6. Goodin S., Van Denburg A., Murnen S. e Smolak L., "Puttin On" Sexiness: A Content

Ogni anno in Texas si svolge l'elezione di "Little Miss America" le cui partecipanti sono bambine che vanno da pochi mesi fino ai sei-sette anni d'età. Le più piccole vengono "esibite" dalle loro mamme su un palcoscenico, le più grandi vengono analizzate e votate oltre che per il loro portamento e per l'aspetto estetico, anche per la loro personalità e lo stile. Come in tutti i concorsi di bellezza le partecipanti affrontano prove di ballo e canto e sono valutate secondo gli stessi parametri di giudizio utilizzati per gli adulti. L'idea di un cambiamento di status sociale per la famiglia e fama per la propria bambina spinge ogni anno migliaia di mamme a iscrivere le proprie figlie al concorso, la vincitrice infatti riceve un premio che varia dai diecimila ai diciottomila dollari, oltre a numerosi contratti con le agenzie di pubblicità, come accade per i concorsi delle miss adulte. Le bambine vengono addobbate come se fossero piccole donne, truccatissime con ciglia finte e unghie ricostruite a mani e piedi, ceretta alle gambe, parrucche oppure capelli tinti, piastrati e cotonati, e pelli colorate con spray abbronzanti. Le madri insegnano alle proprie figlie a sculettare e sfilare con i tacchi, ammiccare, ancheggiare e posare sensualmente, mantenendo rigorosamente costante un sorriso smagliante.

Tutto questo può sembrare un'esagerazione americana ma quando una serata del premio è stata trasmessa da alcune televisioni private italiane, si è registrato un boom di ascolti. Del resto, anche se nei concorsi di bellezza in Italia è previsto un minimo di età, fuori gara possono partecipare e sfilare anche delle bambine assai giovani il cui aspetto non è poi diverso da quello delle *Little Miss texane*.⁷

In una intervista, disponibile su internet a vari indirizzi, la ricercatrice britannica Gigi Durham rivela la sua amara sorpresa nello scoprire, in occasione della festa di Halloween, che la bambina che aveva bussato alla sua porta per ottenere dolci indossava una microgonna, un toppino nero che le lasciava scoperta la pancia, e scarpe con il tacco alto e la piattaforma che la facevano sembrare sin troppo alta per la sua età. La bambina, con il volto accuratamente truccato, con tanto di rossetto e matita sugli occhi, teneva in mano una bambola, una *bratz doll*, che era chiaramente il modello che aveva ispirato i suoi abiti. Osservando la bambina che chiedeva dolci, il pensiero di Durham tornò indietro alle povere prostitute-bambine cambogiane, vendute per pochi soldi, che aveva visto viaggiando anni prima.

Analysis of the Presence of Sexualizing Characteristics in Girls' Clothing, *Sex Roles*, 65 (2011), pp. 1-12;

7. <http://espresso.repubblica.it/dettaglio/miss-in-miniatura/2103898>;
<http://www.youtube.com/watch?v=F4D2czQ0W10&feature=related>;
<http://www.youtube.com/watch?v=vG1C0R9yjRg>

Lo stile fashion delle adolescenti, quello che, usualmente è riscontrabile in primavera in qualunque scuola media, prevede jeans bassi alla vita, la parte superiore dello slip visibile, scarpe con i tacchi. In estate nessuno si sorprende che bambine e adolescenti si muovano in città con minishorts e canottiere che scoprono il ventre. Abiti fashion con scritte violente, sexy o esplicitamente oscene sono rinvenibili in tutti i supermercati. Lucidalabbra, unghie laccate, profumi dai nomi allusivi completano il corredo. Sono modi di vestire che non sorprendono solo perché usualmente evitiamo di domandarci da dove sono emersi e quale settore della nostra cultura li ha promossi per primo. Le bambine apprendono non solo a esser sexy ma anche quanto sia importante esser sexy: somigliano a delle *bratz dolls*. Così facendo non imparano qualcosa sul sesso ma imparano qualcosa sulle relazioni umane. Alle bambine è insegnato che essere sexy è importante anche alla loro età. In questo modo apprendono a trattare gli altri e se stesse come oggetti sessuali.⁸ Negli Stati Uniti sono in uso negli *slang* urbani, usati anche da bambini delle scuole elementari, termini come *hot tot* e *prostitos* per designare bambine che vestono in modo sessualizzato. Questi termini, che hanno ormai perso il loro valore dispregiativo, dimostrano che per i piccoli alunni di queste scuole l'apparire sexy da parte delle bambine rientra in una categoria riconosciuta e socialmente accreditata di comportamento pubblico.

Sesso e successo

Qualcuno certamente lamenterà che in questo modo i bambini sono sottoposti a stimoli che non possono comprendere in pieno. Questa obiezione contiene elementi di verità, anche se comunque, e lo vedremo, con i bambini le cose sono più complesse di quel che appare. Ma il punto è che il fenomeno interessa i bambini solo nella misura in cui coinvolge i genitori. Non sono i bambini ad esser sottoposti a una forma di sessualizzazione: è l'intera cultura popolare, la cultura di massa, che si sta orientando verso la sessualizzazione. Infatti noi parliamo di bambine ma in realtà gli acquirenti, e comunque chi decide largamente, sono gli adulti. Tutto questo avviene non solo con il consenso ma sotto la spinta attiva dei parenti. E gli adulti sono esattamente sulla stessa strada per quanto riguarda la sessualizzazione della vita quotidiana. Le palestre forniscono corsi di *lap dance* per tonificare i glutei e accrescere "la consapevolezza" delle signore impegnate in questa pratica "sportiva"; nello stesso tempo

8. Levin D. e Kilbourne J., *So Sexy so Soon*, Random House, New York, 2009

nelle scuole di danza per signore si svolgono corsi di *Burlesque* o di *strip tease*. Il *sex design* offre soluzioni chirurgiche per la “messa in forma” dei genitali. Il possesso di un *sex toy* è quasi obbligatorio e sono diffusissime le magliette e le t-shirt stile porno star o con scritte allusive ed esplicite, sia per uomini sia per donne. Nelle copertine e nelle pagine delle riviste per donne, arroganti modelle di intimo occhieggiano spavalde e la pubblicità diventa sempre più ardita. Manuali popolari insegnano, secondo le esigenze, la perfetta intesa sessuale, come raggiungere la felicità sessuale o come essere sessualmente in salute. Dvd, Vhs, e la maggioranza delle Televisioni private in orario notturno, inondano le case trasportando la pornografia nella sfera privata. La salute del corpo, il benessere e la “performatività” sono sempre più messi, da medici, psicologi, giornalisti ed esperti vari, in connessione con la sessualità degli individui. Essere in forma vuol dire essere sexy ed essere sexy vuol dire aver successo, potere, libertà: sia vero o meno questo mito, resta il fatto che si diffonde nella nostra cultura condizionando, più o meno, tutti noi.

A proposito di questa tendenza delle donne a valorizzare il proprio aspetto estetico, qualcuno⁹ ha parlato di un “capitale erotico” che occorre far fruttare. In Brasile, in una cultura che conta molto sulla sensualità, si investe molto in chirurgia estetica proprio perché questo viene visto come il modo più sensato di farsi strada. Anche in altri paesi, compresa l'Europa, molte ricerche hanno rilevato che le ragazze ritengono che essere belle e seducenti sia molto importante per la vita e la carriera, più dell'intelligenza e dello studio. Forse con un eccesso di ottimismo, alcuni possono ritenere che la sessualizzazione della cultura possa favorire la posizione dominante delle donne nella sfera dell'eros. In ogni caso la tendenza sembra inarrestabile. Filmini hard fanno la fortuna di personaggi come Paris Hilton o Pamela Anderson. L'efficienza e la salute fisica sono sempre più connesse, persino nei colloqui di lavoro, alla messa in scena della sessualità.

Una messa in scena che scende sino ai livelli più famigliari della quotidianità. A Montreal, Canada, si è diffusa già da qualche anno l'usanza di gruppi di signore, di varia età ed estrazione sociale, che si riuniscono nelle case di una di loro per vendere, secondo lo stile Tupperware, prodotti erotici di una nota marca. Così tra pasticcini, the, panini e birra offerti dalla padrona di casa di turno, si discute delle novità del gossip ma anche delle virtù di vibratorii, lubrificanti, indumenti sexy. A volte sono presenti solo le signore ma talora non disdegnano di esser presenti anche i mariti a discutere apertamente dei vantaggi e delle virtù di

9. Hakim C., *Capitale erotico. Perché il fascino è il segreto del successo*, Mondadori, Milano, 2012

questo o quell'ausilio erotico.¹⁰ Non sembra, almeno a quanto ci risulta, che questa usanza sia ancora sbarcata in Europa ma la cosa pare emblematica dei livelli di consuetudine raggiunti dalla circolazione di materiale erotico. Quanto agli uomini basterebbe citare il volume di affari che è dietro farmaci come il viagra.

Il sesso vende e sembra la chiave per il successo. La vita adulta è cambiata molto negli ultimi anni in questo ambito. Tre i fattori decisivi per questo cambiamento: il ritardo dell'età del primo matrimonio; l'aumento dell'età dei genitori; l'abbassamento dell'età della prima esperienza sessuale.

Poiché i giovani hanno presto esperienze sessuali ma si sposano, e quindi hanno figli, in genere molto tardi, è chiaro che il sesso diviene totalmente svincolato dal matrimonio e dalla responsabilità pratica. Inserito nel contesto del matrimonio e della procreazione il sesso è accompagnato da un insieme di responsabilità: il lavoro, il metter su casa, la stabilità economica e così via. Nel matrimonio tradizionale il sesso è solo uno degli aspetti della vita in comune con l'altra persona. Ma se viene separato da tutto questo resta solo un'attività semplice, piacevole e priva di impegno, definita unicamente da circostanze momentanee della vita. Il solo valore (che pure, come risulta dalla cronaca delle violenze sulle donne, è sovente trascurato) resta il reciproco consenso del momento. Questa immagine idealizzata del sesso – un modo per vivere emozioni, esperienze, conoscenze ma del tutto privo di impegni – riduce tutte le potenzialità dei rapporti alla ricerca del piacere che valorizza solo gli attributi sessuali. Per vivere le emozioni connesse con il sesso occorre esser desiderabili e valorizzare gli attributi sessuali più immediati. I requisiti per avere una relazione sessuale, secondo questo modello idealizzato, sono solo l'occasione e il consenso. In questo modo la sessualizzazione dei bambini segue come conseguenza inevitabile: la visione del sesso che la nostra cultura promuove è tanto libera da limiti e responsabilità che non c'è nulla che possa dissuadere i bambini dal familiarizzarsi con esso o possa impedire di accedere ai temi più riservati. Soprattutto, la sessualità sembra esser così naturale, spontanea e innocente, che gli stessi genitori almeno sino a un certo punto, non trovano nulla di male a sessualizzare i propri figli ad esempio nell'acquisto di capi di abbigliamento di carattere sexy. Se negli adulti il sesso è slegato dall'impegno e dalla creazione di un rapporto stabile, di una famiglia, i bambini si limiteranno a cercare l'apparenza degli ideali sessuali presentati dalla nostra

10. Brownstein B., *Sex Carnival*, ECW Press, Toronto, 2000; p. 143: "Sometimes even our husbands come along for the show".

cultura: la moda, il fisico, l'aspetto. La nostra cultura non li invita ad essere adulti ma a far finta di esserlo.

Le Barbie-signore

Sarah Burge, la matura signora britannica chiamata la "Barbie umana" per il suo sforzo, soprattutto realizzato tramite la chirurgia estetica, di raggiungere la perfezione nella bellezza, ha ammesso, più volte, di aver subito oltre 100 interventi estetici di vario tipo negli ultimi 20 anni spendendo una cifra di circa 500 mila sterline.¹¹ La platinata signora, ex infermiera e madre di tre bambine, che non ha esitato a somministrare il *botox* alla sua figlia di 15 anni, ha regalato alle sue figlie, in occasione del Natale 2012, ben 18 mila sterline di servizi estetici, che vanno dai cosmetici sino a tre ticket prepagati per interventi chirurgici estetici, due protesi ai seni e una liposuzione, a favore della sua figlia di 8 anni. Nel 2011, in una trasmissione televisiva presso una nota emittente americana, la signora Burge era stata cacciata dal set di un popolare talk-show televisivo proprio per aver dichiarato che avrebbe sottoposto la sua figlia più piccola, allora di 7 anni, a interventi chirurgici (chiunque si prenda la pena di svolgere una piccola ricerca su internet potrà trovare molti filmati relativi a questo caso). Il presentatore, pare, non è riuscito a trattenere il suo sdegno e le ha indicato di uscire dal set delle riprese, cosa che la signora ha fatto senza scomporsi. In una delle tante video-interviste disponibili su Youtube è anche possibile ammirare la signora Burge che da lezioni di *pole-dance* alla sua figlia più piccola Poppy, all'epoca forse di 6 anni o meno.

Le dichiarazioni della signora Burge, ogni volta, non mancano di sollevare proteste anche indignate, che chiamano in causa sia l'eccesso di spesa per cure estetiche, sia la valenza educativa per le figlie delle sue scelte. Tuttavia c'è da chiederci quale sia il reale senso di queste proteste e anche quello dello sdegno del commentatore che ha cacciato la Burge dal set.

Una parte consistente delle critiche rimprovera alla Burge l'enormità del denaro utilizzato per gli interventi estetici: chiaramente in una famiglia media la cifra dedicata a quello che potremmo, genericamente,

11. La storia di Sarah Burge presenta esperienze non sempre piacevoli. Vittima di abusi domestici assai violenti non ha esitato a raccontare tutta la sua vita in una biografia che ha avuto un certo successo. Oggi svolge attività di *show girl* e di promotrice di prodotti estetici che collega a una filosofia della bellezza e, in sostanza, vive letteralmente della sua bellezza.

definire l'aspetto esteriore è assai più bassa di quella spesa dalla signora Burge per le sue figlie nel Natale 2012; tuttavia è anche facile immaginare che, in ambienti che possono permettersi un elevato tenore di vita, ci siano persone capaci di spendere cifre decisamente superiori a quelle investite dall'ex infermiera britannica e comunque nessuno rimprovera alle attrici, ma nemmeno alla moglie dell'ex dittatore delle Filippine Marcos, di spendere cifre astronomiche per la cura del corpo. In altre parole più del denaro speso, a disturbare il senso comune è il fatto che questo denaro sia speso da qualcuno che ha un tenore di vita non particolarmente alto, evento che chiaramente sembra sconvolgere le gerarchie sociali. Più che la morale, allora, alla base di questa critica va letto il risentimento e il timore di mettere in discussione i ruoli sociali.

Una certa ragionevolezza non può non esser riconosciuta alla seconda critica, quella di proporre alle figlie modelli educativi forse eccessivi. Tuttavia questi modelli sono gli stessi che sono perdonati volentieri ad altre celebrità, le quali, semmai, hanno solo il vantaggio di non dichiarare apertamente ciò che la signora Burge ammette con candore. Certamente chi scrive non ha mai pensato che la cosa migliore per le sue nipotine possa essere un intervento di chirurgia estetica a 8 anni e tuttavia quella della Burge è davvero un'eccezione? O non è piuttosto la punta di un iceberg che, in qualche modo, rappresenta una tendenza che appare inarrestabile? Il numero di interventi di chirurgia plastica a scopo estetico per adolescenti è in aumento in tutto il mondo, Italia compresa e basta dare un'occhiata agli altri video che, su Youtube, accompagnano quello di Poppy, la figlia di Sarah Burge, per rendersi conto che il fenomeno è largamente diffuso. La russa Valerya Lukyanova, un'altra delle *Barbie* di Youtube, deve aver certo iniziato ben prima dei 22 anni che dichiarava nel 2012 a perseguire con insistenza i vertici della bellezza mediante la cura ossessiva del corpo. Da parte sua l'orientale Kota Kota, rimasta celebre anche perché nessuno all'inizio credeva che si trattasse di una persona vera e non di una simulazione digitale, ha forse qualche anno in più dei 16 dichiarati ma anche lei deve aver iniziato in tenera età la rigida disciplina e le pratiche necessarie per raggiungere la sua straordinaria somiglianza con la celebre bambola.

In altre parole non sarebbe difficile trovare esempi numerosi di ragazze che ben prima dell'adolescenza, e certo con il consenso dei genitori, hanno iniziato a "farsi belle" ricorrendo alla tecnologia estetica. Gli interventi estetici per cercare di configurare il proprio corpo a quelli che sono i modelli di riferimento non costituiscono un'eccezione ma la norma tanto che ormai, in alcuni casi, sono anche riconosciuti da istituzioni quali il Ministero della Sanità italiano.

Quanto allo sdegno che ha indotto il presentatore americano a cacciare dal set la Burge andrebbe osservato che il presentatore sapeva benissimo, prima di invitarla, chi fosse la Burge e, anzi, verosimilmente, la signora era stata invitata proprio perché era noto il suo progetto di trasformarsi in una copia sexy di una bambola. Difficile, anzi, sottrarsi all'impressione che l'espulsione avesse una relazione con il desiderio di fare audience gonfiando il caso.

In ogni caso la questione non è se la Burge meriti le critiche e nemmeno se il presentatore fosse in buona fede. La questione è che le modificazioni del corpo al fine esclusivo di apparire sexy, e dunque il desiderio di erotizzare la propria immagine, non solo non scandalizzano più nessuno ma nemmeno sorprendono, tanto che, appunto, Sarah Burge è stata tranquillamente invitata, e profumatamente pagata, da un canale Tv nazionale e in una trasmissione andata in onda in uno degli orari di massimo ascolto, proprio per raccontare la sua passione. La verità è che la sessualizzazione del corpo, e in genere del quotidiano, è un fenomeno che coinvolge tutti noi, adulti e bambini, e che sta trasformando il nostro modo di percepire la realtà non solo del sesso ma in generale dei rapporti umani. Il corpo è diventato il principale mezzo di espressione dell'identità soggettiva e viene ostentato, oggettivizzato, erotizzato dai media, soprattutto a scopo commerciale. Le forme e le nudità di corpi femminili, ma non mancano nemmeno quelli maschili, appaiono sui cartelloni pubblicitari, sulle pagine delle riviste di moda, negli spot pubblicitari e nelle fiction cinematografiche e televisive. I media celebrano la libertà degli individui e la loro capacità di progettare a proprio piacimento la vita e di investire su se stessi, soprattutto nei comportamenti amorosi oltre che negli acquisti. È una rappresentazione che celebra l'avvenuta parificazione tra i sessi, descrivendo l'avvenuta liberazione sessuale della donna. Ma è realtà o solo una falsa coscienza?

Un torrente mediatico

Un ruolo determinante nella costruzione di questa realtà è svolto dai media. La popolarità del look porno può sorprendere solo chi non ha mai visto MTV, ascoltato musica pop, visto una clip di Madonna. Il porno si è infiltrato nella televisione, nei videogiochi, nella pubblicità, nei giornali. Attori, pubblicità, clip musicali, usano le forme retoriche e i codici della pornografia apertamente e senza camuffamenti. Ogni forma espressiva si amplia alla pornografia: clip musicali, reality-tv, talk-show, serie televisive. Non si tratta più di allusioni più o meno velate: le allusioni sono

sostituite dall'esplicito e seppure si evita ancora di mostrare atti sessuali (ma i riferimenti sono molteplici e scoperti), il nudo completo trionfa non solo sulle spiagge e nei film erotici ma anche nelle prime serate Tv. Il vertice di questa diffusione della pornografia è costituito dai clip musicali delle più celebri esponenti del mondo dello spettacolo e dalla musica rap: entrambi svolgono una scoperta e deliberata riduzione della donna a “cosa sessuale”. La linea di demarcazione tra la cultura pop e quella che possiamo definire la porn-culture, l'insieme dei moduli espressivi della pornografia, sta svanendo rapidamente.¹² Temi sessuali, linguaggio, tecniche di produzione che hanno reso la pornografia un'industria milionaria stanno crescentemente e continuamente, e in maniera deliberatamente intenzionale, trasferendosi nella musica pop, nelle serie televisive, nel cinema ufficiale, nei videogiochi.

A tutto questo va poi aggiunta la maggior fonte dell'esplosione della pornografia che è costituita da internet. Le *Porn Chat Room* e i siti erotici sono oggi indistinguibili da quelli professionali delle grandi aziende. Internet inoltre ha portato la pornografia, in tutte le sue forme, non solo all'interno delle case ma all'interno delle singole postazioni e nella vita virtuale di milioni di persone: ha aperto a chiunque la possibilità di visionare, e produrre, materiale erotico ed ha consentito all'erotismo di raggiungere e svolgersi in dimensioni completamente nuove.

La crescita della disponibilità di temi sessuali sui media è connessa con il mercato dei giovani e per seguire il mercato i produttori accrescono il livello di pornografia che si sviluppa poi contemporaneamente anche nella direzione del mercato per adulti. I codici della pornografia sono ora utilizzati diffusamente: codici che rappresentano l'oggettivizzazione, la reificazione, lo sfruttamento della donna.

Il continuo diffondersi della pornografia a tutti i livelli produce inoltre un fenomeno definito “normalizzazione” della pornografia: la fa diventare “normale” e, abbassando la soglia di percezione della sua pericolosità, la rende accettata ed accettabile e la inserisce nella quotidianità. Questo può produrre immagini distorte della realtà e, secondo alcuni, induce nei giovani modelli di comportamento e di riferimento violenti.

La crescita e la diffusione della pornografia sembra un processo inarrestabile, nonostante gli allarmi a volte sollevati, ed è un fenomeno dovuto a

12. Kinnik K., *Pushing the Envelope*, in Hall Ann e Bishop Mardia (Eds), *Pop Porn*, Praeger Publishers, Westport (CT), 2007; p. 7: “What is clear is that the line between pop culture and porn culture is blurring, as the sexual themes, language, and production techniques that have made porn a multi-billion dollar industry are increasingly, and intentionally, cropping up in mainstream music, movies, TV and video games”

vari fattori.¹³ Il primo elemento da considerare è il trend storico dei media o, meglio, la logica dei media, che sono portati a superare ogni limite nella continua ricerca di tenere alta l'audience. La trasgressione, e quindi la pornografia, sono diventate da tempo uno dei principali strumenti per richiamare l'attenzione del pubblico e nessun produttore può permettersi di rinunciare a questa attenzione. Un secondo elemento è costituito dallo sviluppo clamoroso dell'industria della pornografia, che ha dimostrato di avere un mercato pressoché illimitato. Qualunque cosa abbia un successo va imitata e poiché la pornografia ha successo allora la pornografia va imitata. Questo ha indotto gli altri settori industriali a cercare di trarre vantaggi solleticando l'interesse dei consumatori di pornografia con i loro prodotti. Le comunicazioni con il maggior contenuto di sesso sono quelle che più facilmente ottengono consenso e successo e questo spinge a superare continuamente ogni limite.¹⁴ Naturalmente per ottenere questo vantaggio gli esperti di marketing hanno dovuto adattare le comunicazioni commerciali ai codici della pornografia. Gli stessi grandi profitti dell'industria della pornografia impediscono, per la natura stessa del capitalismo, di non tenerne conto. Quando un settore muove oltre 20 miliardi di dollari l'anno, che è il doppio del denaro che ruota attorno all'industria del cinema di Hollywood, è difficile continuare a marginalizzarlo e a pretendere di spingerlo nella semi-clandestinità. Le compagnie produttrici di pornografia sono listate in borsa e proprio il successo economico e commerciale di queste imprese equivale a dimostrare che dubbi e scrupoli morali sono del tutto fuori luogo. Occorre poi considerare che la diffusione delle tecnologie digitali ha "democraticizzato" la possibilità di produrre e distribuire pornografia, favorendo lo sviluppo di una pornografia amatoriale alla portata di tutti. Infine va considerata l'ambiguità dei codici morali e giuridici che non riescono a definire la pornografia, cosa di cui si approfittano i produttori cercando di far passare i loro contenuti per qualcosa di diverso dalla "pura" pornografia. La riluttanza delle democrazie a censurare la libertà di espressione conclude il discorso in modo definitivo.

Paradossalmente proprio mentre il panorama politico nei paesi occidentali e il clima morale sembrano orientarsi in senso conservatore, il consumo di pornografia nella cultura popolare cresce drammaticamente. Mentre i valori famigliari e la moralità diventano il cavallo di battaglia di politici e istituzioni la pornografia dilaga nei media e nelle rappresentazioni diffuse. Negli Stati Uniti la pornografia, ad esempio, ha assunto una dimensione praticamente illimitata negli anni '90 proprio mentre gli

13. Ivi, pp. 11-14

14. Ivi, p. 14: "[The] music video content has evolved through a kind of social Darwinism, in which "survival of the sexiest" is the new standard for commercial success. This all but ensures that artists will increasingly use sex and violence to be noticed".

orientamenti morali ufficiali e delle istituzioni definivano la normalità sessuale solo come monogamia eterosessuale.

Il fascino discreto della pornografia

Molti studiosi, riferendosi a questi fenomeni, hanno parlato di una crescente pornificazione della società e della cultura: il sesso è argomento di discussione e di osservazione dei media, la cultura popolare assorbe le convenzioni stilistiche e i modelli delle rappresentazioni pornografiche, e attori e attrici celebri per le loro trasgressioni sexy divengono icone popolari.¹⁵ Tutti sembrano convenire sul fatto che esiste un processo di pornificazione, un fenomeno inarrestabile che ha conseguenze enormi sul mondo emozionale e sul vissuto delle persone. Non è affatto chiaro, però, il senso di questi termini, che pure viene dato per scontato dai soggetti che vi si riferiscono. Questa sessualizzazione è stata definita come l'ampio e diffuso fascino che il sesso, e ciò che è sessualmente esplicito, gode nella stampa e nei media. Il sesso sta diventando sempre più visibile, più esplicito e, l'evidenza è sotto gli occhi di tutti, anche sempre più accessibile per il tramite delle nuove tecnologie. Il risultato di questa ampia diffusione di discorsi che chiamano in causa il sesso, dei cambiamenti nelle pratiche sessuali e delle influenze che tutto ciò nell'economia e nella cultura dell'Occidente è stato definito: pornografizzazione e pornificazione della cultura.¹⁶ Un fenomeno che avrebbe aspetti positivi

-
15. Attwood, F., 'Sexed up: Theorizing the Sexualization of Culture', *Sexualities* 9 (1), 2006; pp. 77-94.; Levy A., *Female Chauvinist Pigs: Women and the Rise of Raunch Culture*. New York, Free Press, 2005; McNair B., *Mediated Sex: Pornography and Postmodern Culture*, Arnold Publishers, London, 1996; McNair B., *Striptease Culture: Sex, Media and the Democratization of Desire*. Routledge, London, 2002; Paasonen S., Nikunen K. e Saarenmaa L., *Pornification: Sex and Sexuality in Media Culture*. Berg Publishers, Oxford, 2007; Poynor R. *Designing Pornotopia: Travels in Visual Culture*. Laurence King Publishing, London, 2006.
16. Smith C., "Pornographication: A discourse for all seasons". *International Journal of Media and Cultural Politics*, 6 (1) 2010, p. 104: "Feona Attwood (2006: 82) has described sexualization as the 'widespread fascination with sex and the sexually explicit in print and broadcast media ... sex is becoming more and more visible, and more explicit' and, as she goes on to argue, more accessible via the emergence of new technologies. 'Pornographication' and 'pornification' have been conceived as part of this broader expansion of the forms of 'sexual discourse, economic and cultural exchange and sexual practice' (Attwood 2006: 82) and their first usage seems to have occurred in the work of Brian McNair where it performed a particular function. McNair traced pornographication as a result of "the collision of ideological shifts caused by decades of sex-political struggle with a postmodern intellectual climate in which the meaning of the pornographic can be remade, and its perverse pleasures recognised (McNair 2002: 81)".

per la possibilità di infrangere vecchi tabù e di liberare la sessualità e la fantasia delle persone. La sessualizzazione sarebbe una forza potenzialmente trasgressiva che può far saltare i limiti tradizionali tra pubblico e privato, espandere la sfera del desiderio, democraticizzare il desiderio. Altri autori, pur riconoscendo la dimensione assunta dal fenomeno sono assai meno ottimisti e sono spaventati sia dal livello di bassezza e volgarità cui sono giunti i programmi televisivi,¹⁷ sia dalla commercializzazione delle relazioni umane, che sarebbe indotta dalla pornificazione.¹⁸

Certamente, la commercializzazione è un elemento presente in ogni aspetto della vita sociale all'interno del capitalismo e non si comprende il motivo per cui il sesso non dovrebbe esser commercializzato mentre tutto il resto lo è: non c'è piacere, emozione, sensazione fisica, o bisogno, che non sia commercializzato.¹⁹ D'altra parte la generale riduzione della sessualità, e quindi di aspetti fondamentali della vita umana, a merce può far sorgere qualche legittimo dubbio. Se l'esperienza sessuale umana diviene una commodity, una merce, un bene consumato privatamente (ma sempre più, anche, pubblicamente), rischia di essere alienata dalla vita sociale del corpo avviando fenomeni di reificazione e di de-corporalizzazione della stessa sessualità, sottraendo, paradossalmente, il sesso alla sua dimensione fisica.

-
17. Levy 2005, cit., p. 1: *"I would turn on the television and find strippers in panties explaining how best to lap dance a man to orgasm. I would flip the channel and see babes in tight, tiny uniforms bouncing up and down on trampolines. Britney Spears was becoming increasingly popular and increasingly unclothed, and her undulating body ultimately became so familiar to me I felt like we used to go out"*.
18. Durham G., *The Lolita Effect*, Overlook Press, Woodstock/New York, 2008; p. 22: *"I am a pro-sex feminist, by which I mean that I don't see sex as taboo or hush-hush; I think sex is a normal and healthy part of life, even of children's lives ...For years I've fought against the ways in which girls' sexuality has been denied, repressed, and moralized about. I despise the social double standards ...I believe in girls' agency and strength, and in working to ensure that they have the space and safety to make free choices about their sex lives. But the flip side of those proactive ideas is the cold recognition that female sexuality in our world is often exploitative, abusive, and harmful (...)There is such a thing as sexual harm. And there is a battle being fought against sex and ideas about sex that destroy the lives of women and girls. All of these issues come up when I hear about threeyear-olds wearing Playboy T-shirts, or grade-schoolers aspiring to be lap dancers (...)The turn of the new millennium has spawned an intriguing phenomenon: the sexy little girl...with preternaturally voluptuous curves, and one whose scantily clad body gyrates in music videos, poses provocatively on teen magazine covers, and populates cinema and television screens around the globe...she is Lolita"*.
19. Smith 2010, cit. p. 108: *"While I might want to claim that my sexual self is some sort of authentic real me, the idea that this can be separated out from all the other ways in which I exist in this world, to be unsullied by commercialism, is ridiculous and simply a means of replacing analysis with condemnation"*.

Fine anteprima...

Puoi trovare la scheda di questo libro sul sito
www.edizionaltravista.com

Catalogo libri Altravista | Libri di antropologia, ambiente,
scienze sociali, benessere, saggistica, narrativa...
Ordina on line. Spedizioni in tutta Italia.

