

L'intervista - **Cristina Cassese**, antropologa culturale, autrice del libro «Il bello che piace» (che verrà presentato l'8 giugno a Bagnolo Mella)

«LA PRESSIONE SOCIALE VERSO UN SOLO TIPO DI BELLEZZA FA DANNI»

La sua non è una guerra alla bellezza. La bellezza è necessità, piacere, cura. Ma la bellezza non è oggettiva. Cristina Cassese lo dice senza paura: «I gusti personali sono influenzati da parametri culturali, e la pressione sociale verso un solo tipo di bellezza fa danni».

Si intitola «Il bello che piace. Antropologia del corpo in 10 oggetti» il libro scritto dall'antropologa culturale tarantina e pubblicato da Enrico Damiani Editore (256 pagine, 17 euro) che verrà presentato giovedì 8 giugno, alle 20.30, a Bagnolo Mella, nella Sala Tedoldi in via Nenni 16, in collaborazione con il collettivo Generazioni. Stereotipi e convenzioni hanno per troppo tempo modellato l'immaginario estetico facendoci credere di avere potere sui nostri gusti personali, sostiene la studiosa. «Riprendiamoci la bellezza», dunque, partendo dalla lettura di questo libro (e di quest'intervista).

Dicevamo: il bello oggettivo, dunque, non esiste...

In realtà i gusti personali sono influenzati dalla cultura. Anche il «bello che piace»: non piace per ragioni personali, ma per convenzioni che ormai abbiamo interiorizzato ritenendole naturali. Non sono naturali: la storia complessa e stratificata ha determinato questo nostro gusto.

Il libro parte da un aneddoto che mette in luce come «estetica» sia confuso con «cosmetica», e soprattutto come queste parole siano spesso dipinte a tinte frivole e quindi negative. Come si può andare oltre questa tendenza?

Recuperando l'etimologia della parola «estetica». Si associa a un certo ramo della filosofia: lo studio del bello soprattutto nell'arte. Ed è un'accezione corretta, ma allo stesso tempo esiste una concezione di «sensazione» che ha a che vedere con il corpo e con l'idea di bellezza associata al corpo. Nel libro cerco, attraverso dieci strumenti che usiamo tutti i giorni per co-

struire il nostro aspetto esteriore, di affrontare il tema della bellezza e dell'estetica dal punto di vista dell'antropologia culturale.

A proposito di questo: di cosa si occupa nello specifico?

L'antropologia culturale è una disciplina abbastanza giovane, nata a fine '800. Ha come oggetto di studio le dinamiche umane che fanno

si che si creino comunità. L'antropologia ha studiato per molto tempo i modi di vivere e le tradizioni di popoli non occidentali; oggi non esiste più questa tendenza così netta. Antropologi e antropologhe continuano a mettere il naso in comunità diverse, ma hanno cominciato anche a occuparsi di questioni che riguardano la nostra società.

«Il bello che piace», quindi, da cosa è nato?

Da un'esperienza di lavoro. Ho insegnato Lettere in un istituto di estetica e acconciatura. Lì è inevitabile parlare di bellezza dalla mattina alla sera e discutere sul «bello oggettivo».

Il libro prosegue per dieci oggetti, dallo specchio alla carta igienica. Come li ha identificati?

Rompo il ghiaccio: tutti diamo una sbirciatina nei bagni altrui, e io non faccio eccezione. Il bagno è il tempio del corpo, il luogo più intimo della casa. È qui che avvengono la maggior parte

delle pratiche di intervento estetico sul corpo. Questi dieci oggetti li ho selezionati facendo mente locale su tutti i bagni che ho osservato negli anni. Con un paio di eccezioni: alcuni oggetti che non si trovano in bagno (i tacchi), altri che non sono propriamente oggetti (il tatuaggio).

Quale si augura sarà il futuro del concetto di bellezza?

Ho scritto il libro con l'auspicio di riuscire a liberare la bellezza dal modello univoco e omologante proposto dai mass media. Vorrei riuscire a scoperciare il modello allargando la prospettiva rispetto alla bellezza femminile e maschile «standard». Che oggi passa soprattutto dai social media. Un lato positivo c'è: i social danno visibilità a corpi che prima non avevano la possibilità di rappresentazione. Ma allo stesso tempo c'è una pressante comunicazione di aziende che puntano ancora sulla bellezza commerciale alimentando ansie e insicurezze. Il mio obiettivo è utopico? Forse. Ma spero che attraverso riflessione e dialogo si possa affondare il coltello in una serie di stereotipi e luoghi comuni che hanno a che fare con i corpi umani femminili e maschili, e che non hanno nessuna ragione di essere. //

SARA POLOTTI



