

La sessualità attraverso i mass media

di Gaetano Gambino

I media occupano ormai un ruolo rilevante nella vita quotidiana di tutti noi, specialmente dei più giovani, come passatempo e, soprattutto come agenzia di socializzazione dal momento che propongono valori e modelli di comportamento. In considerazione della sostanziale crisi di istituzioni come la scuola e la famiglia, essi si pongono come costruttori della realtà sociale, offrendo messaggi multistratificati, molto invasivi e accattivanti, che contribuiscono a formare gli individui, sia dal punto di vista dello sviluppo dell'identità soggettiva, sia nella trasmissione del sapere.

Se i media sono stati a lungo considerati e analizzati come un potente mezzo di trasmissione di stereotipi, di luoghi comuni e di immagini obsolete di uomini e donne, gli stessi possono al contempo diventare co-protagonisti della ridefinizione di identità e relazioni di genere, oltre che veicolo delle importanti trasformazioni che stanno colpendo gli stili di vita di donne e uomini.

In Italia gli effetti potenzialmente negativi dei media hanno un impatto maggiore che in molti altri paesi sviluppati, in quanto purtroppo non esiste una legge sull'educazione sessuale. A parte alcune buone pratiche locali, è ancora poco sviluppata l'educazione alla percezione della propria identità sessuale, al rapporto con il proprio corpo, all'aver rapporti sessuali in una realtà sollecitata dal mutamento sociale, al rispetto delle differenze di genere e del desiderio. I genitori comunicano con difficoltà informazioni ed esperienze relative a tali tematiche, da una parte, per la caratteristica conflittualità che investe i rapporti con i figli in adolescenza, dall'altra, a causa dei propri vissuti ambivalenti per l'educazione sessuale stessa (è ancora molto diffusa l'idea secondo cui introdurre temi sessuali nei discorsi con i ragazzi possa legittimarli ad un esordio precoce dell'attività sessuale).

I contenuti dei media, quindi, vengono usati dai ragazzi per imparare a divenire donne e uomini, per orientarsi e scegliere un determinato modello di femminilità e di mascolinità a cui cercare di assomigliare. Scelta che, in concomitanza con le influenze del gruppo amicale di riferimento, si traduce in un certo modo di comportarsi, di atteggiarsi, di parlare, di esprimere la sessualità, di relazionarsi con il/la partner e nell'adottare un certo abbigliamento, look e complessivo stile di vita.

La realizzazione del progetto identitario investe anche il corpo e la sessualità, in quanto portatori visibili del proprio essere uomini o donne.

Recentemente, si è assistito ad una maggiore attenzione da parte di alcune realtà mediatiche verso il mito della "bellezza a tutti i costi". Questa esasperazione rinforza un modello di femminilità che contempla un uso strumentale del corpo, visto come mezzo per raggiungere il successo in diversi ambiti di vita, e contribuisce a diffondere gli stereotipi ben noti su corpo e immagine. Si tende a valorizzare un solo modello corporeo: vige l'ideale della snellezza per il genere femminile e della tonicità muscolare per il genere maschile. Il primo, in particolare, pubblicizzato dai media unitamente alla sessualizzazione dei corpi femminili di ogni età, ripropone un corpo oggettivato ed erotizzato divenuto oramai la norma; non è più la sola immagine della donna-oggetto a metterlo in scena ma quasi tutte le figure femminili presentate dai media.

I soggetti più sensibili a tale influenza, naturalmente, sono gli adolescenti ed i giovani in genere, che cercano la conferma della loro identità individuale mediante il riconoscimento nell'altro. Ciò determina una persistente sorveglianza del corpo, che promuove vergogna e ansietà e riduce la consapevolezza dei propri stati interni, ripercuotendosi molto seriamente sul benessere psico-fisico, associandosi ad un aumento dei disturbi depressivi, delle disfunzioni sessuali e dei disordini alimentari. A tal riguardo, le ricerche scientifiche sottolineano come, nelle donne, l'esposizione a materiale mediatico relativo all'esaltazione della magrezza sia correlato a "preoccupazioni" per la propria immagine corporea.

Il modello prevalente propinato dai media, quindi, resta quello basato sulla disuguaglianza, riflettendo e perpetuando un'immagine subalterna della donna il cui corpo rappresenta un oggetto sessuale da

guardare e giudicare, esistente per l'uso e il piacere altrui, con conseguenze significative anche sulla sessualità. I giovani maschi, infatti, imparano a desiderare la donna attraente; è tipico invece che alle ragazze venga insegnato, essenzialmente, a desiderare di essere desiderate, in uno schema riflessivo tale da plasmare una contrapposizione perfetta tra donne esageratamente sensibili, per la loro stimolazione sessuale, al desiderio maschile, e uomini, al contrario, esageratamente poco sensibili al desiderio, o alla mancanza di desiderio, delle donne.

Lo sviluppo dei *new media* ha favorito un nuovo ripiegamento nel privato. Per indicare le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione si parla infatti di *personal media*, in contrapposizione ai tradizionali mass media. È proprio questa perdita dell'elemento pubblico, della massa che caratterizza la "svolta privatistica" di strumenti come il computer e la rete di Internet, con tutte le sue diverse applicazioni comunicative (basti pensare alle chat-line e ai social network). La costruzione di uno spazio di interazione virtuale ha permesso, da una parte, l'abbattimento di ulteriori barriere comunicative, dall'altra, un nuova area d'espressione del disagio. Sempre più persone utilizzano Internet per attività sessuali on-line (ASO) e la diffusione di tale fenomeno continua ad espandersi. Il *Cybersex* può costituire sia una nuova frontiera della libertà sessuale, sia una nuova forma di dipendenza sessuale.

È proprio su questa duplice valenza (al tempo stesso, strumenti di libertà e di affermazione del potere e della dipendenza) che deve essere portata avanti una riflessione critica sul contributo dei media nella costruzione dei ruoli sociali e delle relazioni fra i generi, oltre che nella realizzazione dei processi identitari degli individui. Emerge, dunque, la forte necessità di comprendere la sessualità nella sua accezione più ampia: un aspetto integrante dell'identità individuale piuttosto che una condizione naturale che l'individuo accetta come dato di fatto.

Bibliografia

Capecchi S., Ruspini E. (a cura di), 2009, *Media, Corpi, Sessualità. Dai corpi esibiti al Cybersex*. Franco Angeli, Milano

Tolman D.L., Kim J.L., Schooler D. Sorsoli C.L., 2007, "Rethinking the associations between television viewing and adolescent sexuality development: bringing gender into focus", *Journal of Adolescent Health*, 40: 84.e9-84.e16

Grabe S., Ward L.M., Hyde J.S., 2008, "The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies", *Psychological Bulletin*, 134, 3: 460-476