

L' ODORE DELLA BELLEZZA

Antropologia del fitness e del wellness

Nata come risposta a un duplice disagio, quello specifico, legato alle patologie connesse a un cattivo "trattamento" del corpo, unito a quello più generale, ma in vario modo connesso al primo, che si suole indicare come il disagio della civiltà, la cultura del fitness/wellness ha conosciuto negli ultimi anni una gigantesca espansione, facendosi sempre più eclettica e sincretica, mescolando e assorbendo modelli di consumo insieme a ideologie e filosofie alla moda. I suoi settori spaziano dalla bioarchitettura all' artigianato tradizionale ecocompatibile, alla fitocosmetica, alle scienze motorie, alla chirurgia plastica e alla medicina estetica, all' alimentazione biologica, all' ecologia domestica, al termalismo, all' erboristeria, alla fotocromoterapia e così via. Oltre ad essersi consolidata in alcuni spazi topici, quali le palestre e i centri estetici, essa invade in forme diverse nuovi luoghi, come le farmacie, le case private e perfino le aziende.

L' affermazione del fitness e del wellness è anche effetto della presa d' atto dello scollamento esistente tra la ricchezza delle risorse che la scienza ha accumulato nell' arco di decenni, e la incapacità dell' uomo di sfruttarle per produrre benessere e felicità. Questa cultura deriva, a volte superficialmente e confusamente, modelli e metodi dal pensiero filosofico, e in particolare dalla Gestalt, dall' analisi transazionale, dalle filosofie orientali e persino dalla teoria marxiana dei bisogni, ed adopera, a volte impropriamente, cifre e strumenti scientifici in cui sono evidenti derivazioni dalla neurologia, dalla bioelettronica, dalla biocibernetica, dalla psicocibernetica, dalla medicina preventiva, dalla chinesologia, dalla neurolinguistica. Questa presa d' atto ha sollecitato l' adozione di tecnologie e tecniche per eliminare questo divario e produrre benessere mediante la difesa e cura quotidiana della propria salute fisica e mentale, sul fondamento di un quadro olistico per un verso e di conoscenze (a volte eccessivamente) iperspecialistiche per un altro. Se la medicina tradizionale conferisce importanza alla fase terapeutica, la cultura del fitness e del wellness aspira invece a prevenire le patologie informando e modificando lo stile di vita.

A partire dalla seconda metà del secolo precedente, il fitness si è progressivamente spostato da una concezione meramente muscolare ed energetica a una idea più ampia della bellezza, associata a corrispettivi modelli di consumo, di cui l' alimentazione vegetariana ha costituito l' aspetto più vistoso; una fase successiva è stata meglio segnata dall' idea del benessere interiore, con l' emergere di nuovi consumi associati a mode più spirituali, quali la meditazione, lo yoga, l' ecoarchitettura; in questi ultimi anni l' idea che emerge con forza crescente è quella della ricerca del benessere psicofisico, che conferisce centralità indiscussa alla mente.

La regola di base è ritornare alla natura attraverso la scienza, ossia utilizzare la scienza per trarre dalla natura le proprietà attive in grado di assicurare al corpo un sano equilibrio vitale, come base di uno stato di benessere generale. Alimentazione "naturale", agricoltura biologica, erboristeria collaborano a questo scopo. Le nuove tecnologie del cosiddetto "fitness della mente" aspirano a far funzionare meglio il cervello non con medicine, ma in maniera naturale, facendogli guadagnare o ri-guadagnare elasticità, misura prima del suo benessere. La cultura del fitness/wellness aspira a ricomporre l' armonia tra mente, spirito, corpo, fare un uso corretto del cervello, favorire le capacità di concentrazione, memorizzazione, creatività, promuovere un approccio positivo alla vita, contrastando i processi degenerativi legati all' invecchiamento.

Il corpo non è solo un bene prezioso che deve essere tutelato e accudito, ma è anche un corpo modellabile; l'idea, peraltro non nuova, ma riproposta con nuova forza, della sua plasmabilità consente di appagare il bisogno di migliorare la propria immagine fisica. La bellezza (in una versione sempre più multietnica) e il benessere psicofisico sono profondamente associati nella cultura del fitness/wellness. Se la finalità prima è quella di star bene con se stessi e cogli altri, a volte il modellamento narcisistico della propria immagine secondo bellezza risulta dominato dall'idea del successo nelle relazioni sociali: situazione non del tutto legittimata in una società orientata verso la concretezza e la produttività: la bellezza ha il pieno dominio in alcuni settori, come quello della cosmesi, della chirurgia plastica, della medicina estetica, ma conserva uno statuto ambivalente in rapporto alla complessità sociale.

Il fitness/wellness emerge dalla postmodernità e, nel progetto di ritrovare nuove forme di armonia, sembra recuperare forme di vita tradizionali, quali il movimento armonioso e lento dei ritmi vitali, come contrasto salvifico con l'impazienza nevrotica della vita moderna; la capacità elementarmente umana di essenzializzare e semplificare l'esistenza, unita alla percezione della necessità dell'adattamento; l'avvaloramento dei gesti minimi della quotidianità, che restituiscono le trame di senso e la sacralità delle iniziazioni, dei passaggi, delle conferme; la sapienza orientale che sposa l'attitudine alla meditazione al giusto distacco di fronte alla vita. Insomma tutto ciò che contrasta l'anomia e la confusione in cui ci precipitano i ritmi della vita contemporanea.

Tutto ciò convive accanto alla tendenza diffusa ad assorbire sempre nuove esperienze, collezionare piaceri. Il fitness/wellness è anche - lo ha confermato Bauman - concezione del corpo come "recettore di sensazioni, che assorbe e assimila esperienze, e la sua attitudine a essere stimolato lo trasforma in strumento di piacere, sintonizzato verso il piacere di qualunque genere: sessuale, gastronomico o derivante da esercizio fisico o da pratiche di fitness". Questo implica che nella post-modernità gli uomini contaminano etica ed estetica, e tendono a vivere secondo principi e regole che afferiscono al campo della bellezza e contemporaneamente a quello dell'etica. La centralità dell'esperienza del corpo significa innanzitutto centralità del cibo, del sesso, della parola, e quindi delle esperienze cinestetiche, tattili e gustative, articolatorie, auricolari ad essi connesse. Il piacere diretto ora si associa al narcisismo del mostrarsi, o ne prende interamente il posto. Alla pura esibizione, che dominava la sensibilità dei decenni precedenti, subentra l'esaltazione multisensoriale. In questa nuova forma l'eroticismo guadagna una nuova centralità.

Tutto questo plasma anche il nostro rapporto con l'alterità. La cultura del fitness/wellness nasce in un mondo globalizzato, la cui ricchezza è costituita dalla molteplicità delle culture ancora capaci di esercitare la meraviglia che alimenta le emozioni della diversità; questa molteplicità va difesa e conservata nella sua irriducibile alterità, perché fonte di sensazioni ed emozioni. Il fitness/wellness concilia in maniera singolare globale e locale, universalismo e relativismo, e può incoraggiare la tolleranza e la solidarietà tra diversi.

Inoltre, la possibilità di personalizzare i programmi di fitness/wellness, determinando frequentemente il passaggio alla loro gestione privata, può avere conseguenze che modificano il nostro stesso modo di stare nel mondo: Bauman ha colto perfettamente che, mentre il corpo nelle epoche precedenti era rigidamente regolamentato, il corpo recettore di sensazioni "è diventato in modo incontestabile proprietà privata, ed è compito del proprietario averne cura. La persona deve addestrare e perciò vincolare il corpo, perché si lasci andare non vincolato da impedimenti. Il passaggio dall'istruzione e dal controllo socialmente impartiti all'autocontrollo e all'autoistruzione cancella ogni distinzione tra soggetto e oggetto, tra agire e subire, l'azione e i suoi prodotti".

Le discipline del fitness cambiano l' approccio gnoseologico alla vita, perché aspirano a produrre felicità e bellezza, non a ricercare o comunicare verità. Questo pone indubbiamente il problema, se la costruzione della realtà secondo felicità e bellezza possa essere legittimata dagli effetti, senza essere fondata su qualcosa che somigli alla verità. Certo, il terapeuta può anche disinteressarsi degli aspetti filosofici del problema e ragionare semplicemente a partire dagli effetti direttamente verificabili, cioè dal benessere corporeo e mentale conseguito. Ma vale lo stesso per il ricercatore, lo scienziato sociale, l' antropologo che hanno bisogno forse di altri criteri di riferimento e di validità? E' sufficiente sostenere che comunque la cultura del fitness/wellness, rendendo gli uomini sereni e attaccati alla vita, contribuisce almeno in parte a rimuovere le cause del disagio del nostro tempo?

Nella concezione classica la felicità si faceva coincidere con la virtù. La felicità come esperienza soggettiva è una conquista recente, che si contrappone all' idea che essa debba essere il risultato di un impegno collettivo o che debba essere definita dal potere. La cultura del fitness/wellness sembra tuttavia aspirare a una definizione della felicità, oltre a indicare i mezzi per edificarla. Inoltre, la filosofia del fitness pretende che gli uomini siano felici in un mondo minacciato da mille pericoli e da un' infelicità diffusa. Esiste una strada intermedia, tra chi cerca la felicità fuori dal tempo e indifferente ad esso, e chi ritiene che non si può non essere infelici in un mondo che va alla deriva?

Settori privilegiati

Il fitness degli esordi del terzo millennio è innanzitutto fitness della mente. Occorrerà chiedersi fino a che punto le acquisizioni scientifiche della neurobiologia possano essere evocate per legittimare le tecniche, che da esse si fanno discendere, miranti a contrastare il declino mentale degli anziani incrementando le connessioni sinaptiche con comportamenti adeguati; ma la verifica degli effetti va estesa ad altre tecniche analoghe, che vantano più illustri ascendenze: come quelle che aspirano a sanare lo squilibrio, responsabile degli stati ansigeni più comuni, causato dalla prevalenza, all' interno della cultura occidentale, dell' emisfero cerebrale sinistro a discapito dell' emisfero destro. Occorrerà in questi casi porre il problema, una volta accettata la teoria dei due emisferi, se sia possibile integrare le due epistemologie, costruendo un ponte che le unifichi, senza registrare un' ulteriore prevaricazione dell' emisfero logico-razionale su quello creativo. Siamo di fronte a problematiche cruciali, che concernono i rapporti tra la neurologia e le scienze del comportamento.

Altro settore, cui il Convegno intende dare il giusto spazio, è costituito dalla ginnastica, un fenomeno di massa, che incide sempre più profondamente nella cultura del quotidiano. La presenza degli anziani nelle palestre sfata il preconcetto secondo cui l' attività ginnica sarebbe preclusa alla seconda e terza età, e contribuisce alla nuova rappresentazione degli esercizi fisici come uno strumento funzionale alla produzione del benessere psico-fisico, che aspira a trovare regole e legittimazioni in alcune scienze, come la chinesologia. Occorrerà riflettere come siano cambiate discipline e le pratiche sportive (per esempio, come si siano abbinate alla meditazione); su come le nuove palestre concedano spazio crescente al wellness (massaggi, sauna, talassoterapia, ecc.); su come le nuove attrezzature, con l' ausilio dell' elettronica e del computer abbiano dato impulso alle innovazioni, creando nuovi stimoli e aspettative, all' insegna del relax e del divertimento; come la personalizzazione dei programmi abbia prodotto effetti che invadono anche il campo dell' identità e della responsabilità personale.

Il fenomeno della nuova domesticità investita dalla cultura del fitness/wellness merita un'attenzione che finora è mancata. Una parte della casa tende a configurarsi come prolungamento o sostituto della palestra, gli attrezzi per la ginnastica, prima percepiti come estranei e di difficile collocazione, vengono sempre più integrati nel contesto domestico, accettati dall'occhio e perfino esibiti. Situazione registrata e perfino promossa dalle aziende, che producono sempre più attrezzi da offrire come oggetti eleganti, in forme congeniali con le culture locali. Occorrerà indagare quanto il fenomeno del fitness domestico sia dovuto, tra l'altro, al carattere personalizzato dell'allenamento, oltre che alla generale tendenza che ormai da non pochi anni riscopre il privato e alla conversione al fitness di un numero crescente di sedentari. La casa tende per un altro verso a somigliare ai luoghi topici del wellness: tradizionalmente gli uomini si prendevano cura della casa in maniera relativamente autonoma dalla cura di sé; nella cultura del fitness/wellness l'architettura, i colori, l'arredo, l'oggettistica domestica sono in funzione del proprio star bene: vasche e docce idromassaggio, impianti di cromoterapia, candele profumate, fanghi in barattoli, e così via ripropongono negli spazi privati i prodotti, l'estetica, l'immaginario, le delizie e le illusioni del wellness.

La cultura del fitness/wellness vuole che gli edifici siano costruiti in armonia con la natura, rispettando gli equilibri ambientali: una sezione del Convegno illustrerà come la bioarchitettura, aprendosi spesso a suggestioni orientali, tenda a modificare gli ambienti domestici, a determinare l'orientamento dello spazio, la scelta dei colori (secondo il criterio della maggiore o minore capacità di influire sul rilassamento), mentre conferisce nuova importanza a locali prima considerati secondari, come il bagno (luogo della ginnastica, della cosmetica e del trucco, ma anche dell'idromassaggio e perfino dell'aromaterapia), e riscrive alcune regole della camera da letto (colori rilassanti, luci ansiolitiche, ecc.). Gli stessi luoghi pubblici del fitness e del wellness nell'architettura e nel design aspirano a diventare luoghi dove recitare lo spettacolo della cura e del trionfo del corpo, a modificare i loro linguaggi (materici, spaziali, funzionali) per legarsi al mondo dell'esaltazione sensoriale e fare da contrappunto a un mondo dominato dalla disgregazione e dalla confusione.

E' la stessa filosofia che hanno da poco adottato le terme, modificando i loro tradizionali obiettivi: prevenire e curare gli effetti dello stress, realizzare lo stato di benessere, che è somma di serenità interiore e messa in forma. Il contatto con la natura, il ritrovamento di se stessi, il piacere di socializzare cessano di essere un sovrappiù allettante, per fare parte integrante della terapia del benessere. Cambia la sociologia delle terme, per via della presenza, accanto al pubblico tradizionale, composto da anziani, bisognosi di cure particolari, di soggetti di ogni età, appartenenti soprattutto ai ceti medi e medio-alti, portatori di una domanda di messa in forma sempre più raffinata. La nuova formula beauty farm ha prodotto un business ingente, che cresce al ritmo del 10% ogni anno.

Anche la nuova cosmetica, cui il convegno dedicherà la giusta attenzione, associa la bellezza al benessere psicofisico, in un quadro olistico dominato dall'idea di eliminare gli inestetismi produttori di disagio e conseguentemente personalizzare i trattamenti (trucco, camouflage), con l'obiettivo di agire positivamente sull'autostima e fare star bene con gli altri. La filosofia del trucco ha trovato un'altra legittimazione nella teoria secondo cui l'età anagrafica non corrisponde all'età che si dimostra e che si vive, per cui i metodi del trucco vanno scelti in funzione dell'età fisiologica. Ma il wellness si ispira anche all'idea della seduzione, soprattutto nella cura ossessiva dei minimi particolari, perché nelle nuove concezioni erotiche sono i dettagli (del viso, del gesto, dello sguardo) che trasmettono le sensazioni che esercitano fascino e creano complicità. Queste motivazioni contraddittorie

rendono ragione del carattere eterogeneo dei fruitori dei centri per cure estetiche e benessere: giovani (20%), persone mature (in aumento), specialmente liberi professionisti.

Il discorso sulla bellezza nell'età del fitness/wellness non può essere disgiunto dalla considerazione di come alcuni settori della medicina, non si limitino ad allinearsi alle nuove coordinate estetiche, ma contribuiscano anche a produrle. Si pensi ad esempio alla carbossiterapia e alla "medicina estetica", che si occupa della pelle integra, per prevenire le patologie e contrastare i guasti dell'invecchiamento cronologico e fotoindotto, servendosi di tecniche (biostimolazione, peeling ecc., associati all'assunzione di antiossidanti). Alla filosofia del wellness si riconnette anche la raccomandazione di moderazione, alimentazione corretta, stile di vita equilibrato e, per finire, coccole ai clienti, che chiedono di riempire rughe, togliere macchie, ripristinare il tono dei tessuti. Anche la medicina del benessere sta diventando un fenomeno di massa. Altro fatto nuovo, su cui occorre riflettere, è il crescente aumento delle presenze maschili, specialmente negli studi tenuti da donne.

Comincia ad ispirarsi al wellness anche l'odontoiatria, che assume la bocca come prima immagine di noi, fonte di erotismo e principale elemento di approccio e confronto col mondo degli altri, e conseguentemente inventa adeguate attività odontoiatriche, dallo sbiancamento dei denti all'estrazione degli incisivi per l'affinamento del viso. Il problema odontoiatrico comincia ad essere posto in termini di rivendicazione del "diritto al sorriso", che peraltro legittima la richiesta del rimborso delle spese per le cure odontoiatriche.

Ogni epoca ha le sue derive, che a volte si confondono con le sue sfide. Soprattutto nel campo della chirurgia plastica il principio della plasmabilità del corpo può superare le raccomandazioni di una sana moderazione e spingersi oltre i confini delle etiche e delle estetiche dominanti, e le operazioni sul corpo possono andare molto oltre i limiti dei più o meno piccoli aggiustamenti, e diventare metamorfosi radicali, corporee e conseguentemente identitarie. Gli scenari che si aprono potrebbero risultare affascinanti e insieme sconvolgenti. Le culture religiose monoteiste sono contrarie alla metamorfosi umana, perché l'uomo è creato a immagine di Dio e la metamorfosi è una prerogativa dei demoni. Ma se è comprensibile che le religioni condannino ogni proposito di superamento dei limiti umani, la stessa cosa è meno comprensibile fuori della sfera religiosa. La cultura laica ha infatti un atteggiamento analogo, legittimato da problemi identitari e bioetici. Ci si chiede allora dove è finito il sogno faustiano di reinventare la vita, violando le leggi della natura. E si potrebbe altresì coltivare il sospetto che la cultura laica riproponga in una veste mondana un divieto che ha soltanto un antico fondamento religioso.

L'alimentazione occupa una posizione meno vistosa, ma sostanzialmente più centrale, nella cultura del benessere. La crescita in tutta l'Europa dei consumi alimentari tradisce un interesse nuovo, in cui convergono e si confondono piacere del palato, salutismo, estetica, e perfino forme di recupero dal disagio diffuso e dai fatti traumatici di questi anni. Ma questa nuova fortuna del cibo è anche in relazione con la riscoperta e l'esaltazione della corporeità legata al gusto, alla bocca, alla lingua, al palato, e ne è, oltre che l'effetto, una delle concause. A ciò si aggiunga la riconsiderazione dell'alimentazione a scopo terapeutico, con funzioni di prevenzione: alimentazione naturale, anche ispirata alla cromoterapia e a criteri biodinamici, agricoltura biologica, integratori naturali aspirano a correggere una alimentazione sbagliata cui si addebitano patologie ed inestetismi. Infine - ma non è certamente concausa secondaria - l'approfondimento del rapporto tra l'alimentazione e l'estetica del corpo determina nuovi orientamenti nel campo della ricerca e della produzione e del consumo alimentare.

Della contaminazione di discipline, pratiche, filosofie, che connota l'universo del fitness/wellness, l'erboristeria rappresenta un altro esempio macroscopico. Anche l'erboristeria

si basa sul principio che si può ottenere per il corpo salute e bellezza, soprattutto nella fase preventiva, non solo con medicine e con interventi dall' esterno, ma anche con prodotti fitoterapici, che contengono le qualità dei vegetali, scientificamente reinterpretate e assorbite. La tendenza porta alla riscoperta dell' etnobotanica e della fitoterapia tradizionale, per l' utilizzo di piante medicinali etniche. La scienza dunque può restituire prodotti "naturali", utili all' autocura e senza effetti collaterali. Nuovi generi di prodotti, organicamente assorbibili, quali i cosmaceutical e i nutrismatici, sono il frutto di questa interazione tra l' alimentazione, la cosmetica e la farmaceutica. L' erboristeria produce anche il profumo, "fratello del respiro", che arricchisce l' universo del relax salutistico della più accattivante capacità di evocare sensazioni, atmosfere, memorie, momenti cerimoniali, riti privati.

Nel suo sincretismo spregiudicato il fitness/wellness opera ibridazioni crescenti tra pratiche e filosofie orientali e occidentali, divulgandole su scala planetaria. La riscoperta occidentale dell' erotismo, dopo l' eclisse del virtuale, si è incontrata - è solo un esempio - con la riscoperta del Tao. In questa contaminazione il rapporto sessuale tende a somigliare a una "possessione tenera", che mescola durata, lentezza, dolcezza, tenerezza, avvalendosi di tecniche particolari, poco transitate in Occidente.

Il fitness/wellness comincia a entrare nelle aziende, per combattere il "malessere d' ufficio", che colpisce negli ultimi anni 40 milioni di europei ed è causa del 50-60% delle assenze dal posto del lavoro: un calo verticale delle motivazioni a lavorare, effetto e causa dell' ansia, dello stress e della depressione. L' introduzione della filosofia del benessere nelle aziende comporta: investire sulla qualità della vita sul lavoro, assumendo i problemi della vita privata del lavoratore, e intervenire con sostegni alla gestione della famiglia; inserire benefit collegati al benessere; praticare politiche di cura della persona, realizzando nidi aziendali, rendendo l' orario flessibile; valorizzare l' ambiente di lavoro; lavorare in gruppo, promuovendo la solidarietà e lo spirito di appartenenza; creare reparti fitness/wellness negli stessi locali dell' azienda. Insomma, uno sforzo per dimostrare, nell' interesse dall' azienda ma anche del lavoratore, che non necessariamente l' ambiente di lavoro dell' uomo contraddice la sua umanità.

Ti inviamo la scheda di adesione e le linee guida da inserire sulle pagine web.

Nelle new inserisci:

le linee guida e la scheda di adesione del convegno "L'odore della bellezza: Antropologia del fitness e del wellness", che si terrà dal 7 al 10 dicembre 2006, sono disponibili nella sezione attività.

Cordialmente

Anna Maria Musilli