

Lo stile

Nel disegno, i volti del cantautore Luciano Ligabue, nato il 13 marzo del 1960, e della cantante Madonna, nata il 16 agosto 1958. I cone, entrambi, dello stile degli eterni giovani (disegno di Chiara Dattola)

di AGOSTINO GRAMIGNA

Christian De Sica è nato nel 1951. Ha 59 anni. Un'età che per molti significa «un passo dalla pensione». A vederlo in tv non sembra. Costretto dagli impegni di lavoro, l'attore veste come un giovane. Un giorno, non tanto tempo fa, s'è lasciato andare: «Per l'età che ho, vorrei vestirmi come mio padre. Classico, serio. Purtroppo mi tocca fare il giovanile». Il «finto giovane» o l'eterno giovane.

Nei manuali di sociologia una definizione di questo tipo non è contemplata. Non ancora. Anche se trovare la categoria del finto giovane nella realtà non è difficile. Basterebbe fare un sondaggio tra gli adolescenti e chiedere loro di descrivere gli adulti, che spesso sono i loro genitori. Ne uscirebbe fuori questo identikit: quaranta-cinquantenne che adotta uno stile di vita che un tempo sarebbe stato condizionato dall'anagrafe e che oggi invece è determinato dalle mode, dai consumi trasversali e dalla possibilità di programmare la vita pure dopo i 40. Una sociologa italiana, Giovanna Cosenza, direbbe la Trans-Age.

Una neo generazione molto appetita dai pubblicitari che tende a vestire come i teenagers, mangia sano, molto sano, non la smette di fare sport e non potrebbe vivere senza il web, l'ipod, l'iphone e ora l'ipad. Di esempi di finto (o eterno) giovane televisivi e sportivi di successo ce ne sono molti. A volte va male. Come al milanista Gennaro Gattuso, stoppato all'entrata di una discoteca di Monaco perché aveva il pinocchietto. «Se avesse avuto 16 anni accompagnato dai genitori l'avremmo fatto entrare». Il messaggio è chiaro per «l'anziano» giocatore: «Vestiti come un adulto».

La differenza rispetto a qualche anno fa è la quantità: è come se la generazione dei finti giovani fosse uscita dallo schermo per estendersi ovunque. I luoghi maggiormente frequentati sono le palestre, gli outlet tipo Serravalle e i negozi possibilmente griffati.

Emanuela lavora da Etro in via Montenapoleone, nella via dell'alta moda milanese. Un osservatorio speciale per vedere all'opera le modalità di consumo dei quaranta-cinquantenni. Spesso, dice, è difficile proporre la sobrietà a clienti-donne non più giovanissime smaniose di apparire sexy, «chiedono quasi sempre una o due taglie più piccole». Lo stesso vale per i maschi: «Raramente si vende un vestito così come lo proponiamo in boutique. Si va sempre dal sarto per stringere, per creare aderenza. Fa più giovane».

Aderenza. È il collante ideologico. Il jeans deve essere attillato, la maglietta pure, l'orologio Swatch può andare bene, il pantalone se proprio deve essere largo è un Cargo; per le donne il simbolo finto giovane è rappresentato dai «leggings», pantacollant degli anni Ottanta, riproposte oggi in versione cotone, lana, finto pelle, traforate, indossate «naturalmente» dalle giovani ma ora anche dalle mamme. Motivo? Per essere sexy. Magari con una gonna inguinale sopra il ginocchio.

Due le scuole di pensiero sulle cau-



Eterni giovani

Hanno 50 anni ma si vestono e si comportano come se ne avessero 30. E ne pagano le conseguenze

se della crescita demografica di questa neo generazione. Anna Maria Testa, pubblicitaria ed esperta di comunicazione, sostiene che l'origine risale al 1968. Lo sdoganamento giovanilistico sarebbe poi di fatto avvenuto negli anni '80. «Un cinquantenne di oggi porta i jeans attillati e scoloriti perché li indossava anche 30 anni fa».

Luca Antonietti, sociologo, punta invece il mirino sui processi demografici. Dice che è l'allungarsi della vita che permette di assumere comportamenti simili a quelli di un trentenne. Tanto che oggi è questa la fascia che interessa al marketing. Cita un dato che modifica il luogo comune che siano i «veri» giovani a essere aperti e più interessati all'innovazione.

ne: «Da un sondaggio risulta che gli over 40 sono più propensi all'innovazione dei ventenni, quindi meno giovanili».

Una ricerca Eurisko sulla «Dieta mediale» (tv generalista, satellitare, stampa, Internet, cinema e quant'altro) mostra come la scelta dei 45enni sia uguale alla media della popolazione che ha più di 14 anni. Un esempio, Internet: 23% contro 24%. Il marketing è molto interessato: «Rispetto al più giovane uno di 45 anni ha più soldi, più cultura, aperto alla tecnologia avendo però stili di vita simili».

Non sempre la vita dell'eterno (o finto) giovane è facile. Nonostante «l'incoraggiamento» di un geriatra come Marco Trabucchi. «Non c'è un momento in cui il corpo invecchia. È un processo. Certo, non si può pensare che a 45 anni si abbia la stessa potenza sessuale di uno che ne ha 25».

Jack, milanese, di anni ne ha 46. Fa sport, mangia sano e preferisce la compagnia delle ventenni. A volte è in difficoltà. «Il problema è che non sempre posso portarle a cena. Dopo una, due volte si annoiano: "Stasera andiamo in discoteca?" È dura». Jack, secondo i parametri del geriatra sarebbe ancora giovane. Ma non tanto da sostenere il ritmo discotecario di una ventenne. Questo però non scoraggia la propensione al giovanilismo. I numeri. Il quarantenne single ha una capacità di spesa superiore alla media dei capofamiglia e spende (dato Assofin sull'uso delle carte di credito); ha più istruzione (più laureati nel 2009 rispetto al 2002); è molto attento alla salute (fatto 100, era 81 il valore nel '99, è 86 nel 2008), usa più prodotti per la pelle (51 nel 1999, 67 nel 2008); e soprattutto consuma tecnologia (41 nel 1999, 87 nel 2008).

Nel 2005 Moschino fece sfilare modelle agée, mentre Lauren Hutton posava nuda, a più di 60 anni, per il magazine newyorchese Big. I grandi magazzini

Marks & Spencer hanno richiamato Twiggy, icona degli anni Sessanta. La sociologa Cosenza dice che sarebbe ora di finirla di parlare di giovanile. Lei teorizza la Trans Age, la donna senza età. Come Celia Cruz, regina cubana della Salsa: «Ha sempre vissuto valori con tutte le generazioni». Jack deve solo evitare le discoteche.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In rete

La «terza via» che non c'è

di MARIA LAURA RODOTÀ

Non condanniamo, per favore, il/la cinquant-trentenne; che si comporta, si veste, socializza, si innamora come se avesse vent'anni di meno. Non è necessariamente un puer aeternus, o un'attempata squinzia inconsapevole. Se fa così, si sarebbe detto una volta, è colpa della società. Che non fornisce modelli credibili da seguire per affrontare con dignità l'età matura (vabbé, matura). I vecchi modelli, per chi è cresciuto con l'obbligo culturale di essere eternamente

freco, tonico, sessualmente appetibile o almeno di buon appetito, terrorizzano i più. Per cui: meglio risultare ridicoli, patetici, irritanti, piuttosto che mettere nell'armadio i jeans stretti, il chiodo e un tot di progetti seduttivi. Per sostituirli (paura!) con giacche pied-de-poule, attrezzi da giardinaggio e abiti chemisier a mezzo polpaccio. È un'opzione storicamente rispettabile, ma ci si arriva per disperazione. E il nodo è il solito, quello a lungo discusso e mai risolto nella politica occidentale: non si trova una terza via. Anche perché, per scivolare con gradualità ed ele-

ganza nella condizione di cinquantenni, bisognerebbe essere stati quarantenni. E quel decennio, in molti, lo hanno saltato: arrivati ansiosi al quarantesimo compleanno, si sono subito rassicurati su salute, umore e appeal; vivendo come giovanotti/e, finché hanno potuto. Ora continuano a farlo, altri stili di vita non ne conoscono. Qualcuno ne fornisca uno nuovo, però, ora, per favore, eviterebbe a molti molte figuracce, sul serio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



COMMENTA

sul forum di Maria Laura Rodotà
http://forum.corriere.it/avanti_pop/