

LA DISCUSSIONE IN PARLAMENTO

«Un'avvertenza sulle foto ritoccate» - Corriere della Sera - 22-09-09

Proposta di legge in Francia: «Bisogna combattere l'immagine distorta dei corpi femminili»

MILANO - «Attenzione: quest'immagine è ritoccata»: potrebbe recitare proprio così la dicitura posta in fondo ad una pubblicità con un'avvenente modella. L'intento è serio: Valérie Boyer, deputata del partito conservatore UMP di Nicolas Sarkozy, assieme a una cinquantina di colleghi parlamentari, ha proposto all'Assemblea francese una legge per combattere quella che considerano «un'immagine distorta dei corpi femminili nei mass media». Una piaga sempre più dilagante soprattutto nel marketing, che provoca un fenomeno che sta mietendo numerose vittime tra le donne: l'anoressia e la bulimia.

«**REALTA' CHE NON ESISTE**» - «Questa è un'immagine ritoccata per modificare l'apparenza fisica di una persona», è l'avvertenza che Boyer vorrebbe leggere in futuro. La deputata ha già presentato in passato un disegno di legge sulla magrezza eccessiva e l'obesità. «Vogliamo combattere l'immagine stereotipata che tutte le donne siano giovani e magre», ha spiegato. Secondo la politica francese «queste foto possono indurre le persone a credere ad una realtà che attualmente non esiste: molte persone giovani, soprattutto ragazze, non conoscono la differenza tra virtuale e reale e possono sviluppare dei complessi fin da giovanissime - ciò porta in alcuni casi all'anoressia e alla bulimia, oltre a gravi problemi di salute», ha aggiunto. Per la firmataria si tratta innanzitutto di «un modo per proteggere il consumatore». La legge, che la settimana scorsa ha avuto la sua prima lettura nel parlamento francese, dovrebbe avere una portata più ampia: non solo foto utilizzate nella pubblicità di giornali e magazine - dal provvedimento sarebbero interessate anche le immagini di tabelloni pubblicitari, quelle stampate sui prodotti alimentari e di bellezza e quelle delle campagne elettorali. «Non è un tentativo di danneggiare la creatività dei fotografi o delle campagne pubblicitarie, ma di mettere in guardia i consumatori che quello che stanno osservando in quel preciso istante può essere reale oppure no».

I CASI - Gli utenti e i redattori di siti e blog sono avvertiti, e con loro giornalisti, pubblicitari e direttori di casting. Le foto ritoccate digitalmente sono spesso state oggetto di dibattito in Francia: due anni fa il settimanale Paris Match ha ritoccato una foto del presidente Sarkozy scattata durante le vacanze americane per attenuare le maniglie dell'amore accentuate dalla particolare posizione. La first lady Carla Bruni è stata spesso vittima del ritocco al computer nella sua passata carriera di top model. L'uso del cancellino su fianchi e vita di modelle, cantanti, attrici, e politici non più una novità. Tra le centinaia che si vedono tutti i giorni, i recenti scatti sexy alla top model Claudia Schiffer sarebbero però una felice eccezione alla regola: l'ex modella tedesca ha sfidato recentemente gli obiettivi dei fotografi posando a 39 anni - in forma smagliante e affascinante - per la copertina della rivista inglese "Tank" - a detta degli esperti non ritoccata al pc.