



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento dei Beni Culturali: archeologia, storia dell'arte, del cinema
e della musica

Corso di Laurea triennale in Progettazione e Gestione del Turismo
culturale

Classe L-15

Tesi di Laurea

Maschilità mediate. Una ricerca sui periodici maschili italiani.

Relatore

Prof. Claudio Riva

Laureanda

Clara Morelli

Matricola n. 1200031

Anno Accademico 2021-2022

Indice

Introduzione	3
Capitolo 1 - I concetti base dell'indagine	5
1.1 Il genere	5
1.2 Il binarismo di genere	8
1.3 L'ordine di genere	10
1.4 La socializzazione e la pedagogia delle differenze	11
1.5 La (le) maschilità	14
1.6 I gender studies e men's studies	17
Capitolo 2 - Il disegno dell'analisi	19
2.1 Domande e obiettivi dell'analisi	19
2.2 Oggetto di studio.....	20
2.3 Metodi e strumenti di costruzione del materiale dello studio	25
2.4 Fasi dell'indagine.....	26
Capitolo 3 - Interpretazione delle osservazioni	27
3.1 Il format delle riviste.....	27
3.2 Il corpo a rischio e la medicalizzazione del corpo maschile	33
3.2.1 La salute	39
3.2.2 Lo sport	42
3.2.3 L'alimentazione	47
3.2.4 Look e bellezza	54
3.3 Il corpo relazionale	56
3.3.1 La donna.....	56
3.3.2 La sessualità.....	58
3.3.3 La comunità degli uomini	59
Conclusioni	61
Bibliografia	63
Sitografia.....	66
Ringraziamenti.....	68

Introduzione

Il corpo è il primo mezzo di mediazione tra il proprio sé e il mondo che ci circonda. È il fulcro dell'identità che entrando in contatto con l'esterno culturale e sociale, viene dunque continuamente sottoposto a un processo di modifica e negoziazione del sé.

In un contesto socio-culturale patriarcale è naturale che gli individui risentano a livello identitario dei ruoli legati al genere binario, appresi sin dall'infanzia. Se questo sistema è oppressivo per la donna, che cresce con l'idea di doversi omologare ad un carattere sottomesso, incline al sacrificio materno, alla sensibilità, pacatezza, compostezza e molto altro; lo è altrettanto per l'uomo, al quale viene chiesto di rispondere a fortissime aspettative caratteriali e non.

Questo studio non vuole essere una ricerca ma piuttosto un insieme di osservazioni e riflessioni elaborate in seguito all'osservazione diretta di riviste. L'intenzione sulla quale prende vita è esaminare il tema della maschilità contemporanea e della sua rappresentazione mediatica, attraverso l'osservazione dei periodici maschili più rappresentativi, giudicati tali sulla base della loro popolarità e il numero di vendite in Italia. In particolare, vengono prese in considerazione le riviste For Men Magazine e Men's Health, acquistate in modo non continuativo nel tempo, tra l'anno 2021 e 2022. La scelta di questi mensili è stata influenzata anche da Federico Boni, autore dello studio "Men's Help. Sociologia dei periodici maschili" in cui prende in considerazione proprio questi titoli nel 2004. Per questo le informazioni ricavate da queste osservazioni vengono continuamente confrontate con la ricerca da lui condotta al fine di esplicitarne eventuali analogie o differenze sviluppate nel tempo. Nello specifico, si vuole fare caso al tipo di maschilità cui ci si riferisce, con quale linguaggio, quale scelta delle foto, quali argomenti vengono trattati e come, ecc.

Formalmente questa indagine prende vita con un primo capitolo teorico, volto ad esporre alcuni concetti importanti per lo svolgimento dello studio. Si parla di

genere, di binarismo di genere, di ordine di genere, di socializzazione e pedagogia delle differenze, della/e maschilità, di gender studies e men's studies. Nel secondo capitolo lo studio viene descritto da un punto di vista formale, dichiarando dapprima le domande e gli obiettivi dell'indagine, dando successivamente spazio alla descrizione dell'oggetto di studio, ai metodi e strumenti di costruzione del materiale delle osservazioni, per poi concludere con un paragrafo incentrato sulle fasi dell'analisi. Il terzo ed ultimo capitolo intitolato "Interpretazione delle osservazioni", si apre facendo una digressione sul format adottato dalle riviste. Si passa poi all'analisi vera e propria circa il ruolo del corpo (a rischio) e la medicalizzazione del corpo maschile nella società. Nello specifico nei paragrafi che seguono, il tema della medicalizzazione del corpo viene approfondito dal punto di vista della salute, dello sport, dell'alimentazione, del look e della bellezza. Infine, il corpo viene analizzato anche nella dimensione relazionale, quindi si parla del rapporto con le donne, di sessualità e della comunità degli uomini. La tesi si conclude con le mie personali osservazioni finali sull'argomento trattato.

Capitolo 1 - I concetti base dello studio

1.1 Il genere

Rispondere alla domanda “Che cos'è il genere?”, non è affatto semplice perché vi sono molti fattori e opinioni diverse che entrano in gioco e interagiscono tra loro. Partendo dalle basi si può dire che il termine deriva dalla mutazione anglosassone di *gender*, usato per la prima volta dall'antropologa statunitense Gayle Rubin nell'articolo “The traffic in woman” del 1975, per indicare tutti quei processi di comportamento e norme con le quali la società organizza la divisione dei ruoli e dei compiti degli uomini e delle donne sulla base degli organi sessuali.

Ci sono diverse teorie e diverse opinioni contrastanti circa la sua definizione. Da un lato vediamo la teoria essenzialista, sostenitrice delle differenze di genere come risultato delle disparità innate nella composizione biologica, quindi ormonale e neurologica tra uomini e donne. Il sesso biologico quindi determina il genere, i soggetti e le loro attitudini. Questa visione è problematica per diversi motivi. In primo luogo, perché le differenze fisiche vengono sfruttate per giustificare le disuguaglianze e un sistema di potere gerarchico tipico della società patriarcale che viene così riprodotto senza alcuna oppressione. In secondo luogo, questo modello binario, che appunto prevede l'esistenza di due soli sessi, non prende in considerazione quelle minoranze cui il sesso biologico non è né femminile né maschile. Ci sono realtà minoritarie, altrettanto importanti, che però non vengono accettate o considerate. Un esempio è l'intersessualità. Si tratta di un termine ad ombrello usato per descrivere una persona con un'anatomia sessuale non tipicamente femminile o maschile. Esistono diverse forme di intersessualità e possono coinvolgere organi riproduttivi, ormoni, cromosomi, tratti somatici, ecc. diversi. I nati con questa diagnosi sono circa l'1,7% della popolazione mondiale

(Anne Fausto-Sterling, 2000), pari quasi al numero di persone con i capelli rossi. Abbastanza sconvolgente considerando che non è un numero irrilevante e che c'è ancora molta ignoranza circa l'argomento. I protocolli medici standard per i bambini intersessuali, indicano di procedere con l'alterazione chirurgica degli organi genitali a pochi giorni dalla nascita – nonostante la condizione di intersessualità non sia pericolosa per la salute –, con l'intento di favorire il migliore adattamento all'interno del sesso assegnato. Nella maggior parte dei casi il neonato con genitali ambigui viene assegnato al sesso femminile perché le tecniche chirurgiche sono più precise per quanto riguarda la ricostruzione degli organi genitali femminili. Si tratta di un vero e proprio processo di “normalizzazione” in cui non vengono prese in considerazione le questioni legate alla futura eccitazione sessuale o funzionamento sessuale; la preoccupazione principale è che il bambino appaia “normale” e che i genitali corrispondano il prima possibile alla categoria sessuale assegnata.

«Lo sviluppo psicologico e sessuale viene dunque connesso con le caratteristiche fisiche: se un bambino possiede una vagina, crescerà come una bambina; se ha un pene, crescerà come un bambino.» (Ruspini, 2009, p.21)

Sorvolando sul fatto che si tratti di una vera e propria violenza poiché la scelta non coinvolge e prende in considerazione l'opinione dell'interessato ancora troppo piccolo, bisogna riconoscere che il concetto di normalità è molto illusorio. Alla base difatti, ci sono sempre delle precise gerarchie di potere – rigido binarismo eterosessuale – che continuano a riprodursi nel senso comune, nei linguaggi, nelle azioni e dinamiche quotidiane mettendo in netta opposizione il maschile e il femminile, considerate le uniche due possibilità identitarie e sessuali naturali e legittime.

Contro la teoria essenzialista, si schiera la teoria costruttivista, per la quale il genere è una costrizione sociale. L'antropologa Françoise Héritier ha dedicato molti studi a questa teoria partendo da osservazioni dirette delle popolazioni della Nuova Guinea e dell'Alaska. Il suo obiettivo è far comprendere che le categorie di genere, le rappresentazioni legate alla persona e la ripartizione sessuale dei compiti e dei ruoli, che appaiono così “natural” alla società occidentale, in realtà non sono

«fenomeni a valore universale generati da una natura biologica, bensì costruzioni culturali. Infatti, con uno stesso “alfabeto” simbolico universale, ancorato a questa natura biologica comune, ogni società elabora “frasi” culturali particolari e che le sono proprie». (Héritier, 2006, p.8)

In particolare, prende in considerazione il caso degli Inuit. Per questo popolo il sesso biologico non determina il genere, il quale è in funzione del genere dell'anima-nome reincarnato. Solamente durante la pubertà, l'individuo dovrà adottare attitudini e comportamenti propri del suo sesso apparente – tipicamente per la riproduzione –, nonostante la sua identità e il suo genere saranno sempre in funzione della sua anima-nome. A differenza degli Inuit, gli occidentali si basano su sistemi di categorie di opposizione per inquadrare tutta la realtà circostante, partendo dagli aggettivi per descrivere un oggetto fino ad arrivare ad un discorso sui generi e il sesso. La Héritier non rifiuta il fattore biologico, al contrario afferma che tutto parte da esso. Il corpo è visto come uno strumento in cui sono iscritte “unità concettuali” osservabili e riconducibili a un preciso tempo e luogo a seconda delle culture. A seconda del significato che una determinata cultura e società gli assegna dunque, assumerà un significato e ruolo diverso. È evidente come il genere sia dunque una questione ambientale, dipendente per l'appunto dall'ambiente circostante e dal condizionamento sociale, piuttosto che da quello naturale. Le differenze tra i generi non sono naturali ma storicamente costruite e socialmente riprodotte. Vengono apprese e tramandate attraverso le stesse persone che si conformano gradualmente alle differenze di genere stesse, apprese a loro volta tramite la loro esperienza personale del mondo sociale. La questione della socializzazione verrà approfondita nel paragrafo 1.5.

Quando si parla di *identità di genere* si ha a che fare con l'autodeterminazione. È infatti il modo in cui una persona si percepisce, sa di essere e identifica sé stessa. Nelle persone cisgender l'identità di genere combacia con il sesso di nascita. Per essere ancora più chiari: sono nata con gli organi riproduttori femminili e mi sento donna. In quelle transgender invece, le due cose si scontrano, a volte in maniera totale. Può cambiare nel tempo oppure essere fissa, e può manifestarsi oppure contraddirsi attraverso l'espressione di genere. *L'espressione di genere* riguarda

tutte le scelte personali fatte a livello estetico e fisico, appunto relativamente al modo in cui l'individuo decide di esprimersi. Può avere a che fare con il taglio di capelli, con l'abbigliamento, con il trucco, ecc. Anche questo è uno spettro, quindi, può essere più o meno femminile e maschile o nessuno dei due.

Molte persone hanno un'espressione di genere che non è “coerente” con l'identità di genere. Per esempio, una donna, quindi con identità di genere femminile, che ha un'espressione di genere non tipicamente femminile – ha i capelli corti, non si trucca, predilige abiti maschili – verrà etichettata più facilmente e banalmente come “maschiaccio” o “lesbica”. Questo perché viviamo in una società che per comprendere meglio la realtà circostante adotta spesso delle semplificazioni che danno vita a degli stereotipi. In questo caso una conseguenza evidente è la classificazione di “cose da maschio” e “cose da femmina”.

1.2 Il binarismo di genere

Il termine *binarismo di genere* indica l'esistenza di due soli generi e il modo in cui questi generi devono essere percepiti. Attraverso la distinzione e il riconoscimento dell'individuo a un genere, si stabiliscono delle relazioni sociali, idee, comportamenti attesi e soprattutto ruoli. «Per *ruoli di genere* si intende l'insieme delle aspettative di comportamento associate alla femminilità e alla maschilità. In quanto socialmente costruite, queste aspettative possono mutare nello spazio e nel tempo.» (Abbatecola, Stagi, 2017, p.52)

Ci si aspetta che la donna sia femminile e l'uomo maschile nel senso che è stato attribuito dalla società a questi termini. Allora la donna deve truccarsi, deve indossare gonne e abiti, deve avere modi gentili, dev'essere dolce; l'uomo al contrario, dev'essere rude, mai debole, muscoloso, più grosso e alto della donna, potente. Questi sono solo alcuni dei moltissimi esempi di stereotipi di genere che potremmo fare. La tossicità del binarismo di genere è evidente non appena si esce dalla narrazione quotidiana del binarismo stesso. Le persone eterosessuali e cisgender per via del loro privilegio, con maggiore difficoltà riusciranno a percepire

questo disagio e comprendere altre realtà che non sono contemplate dalla società, magari ritenendole anche come un “capriccio”. Il sistema sociale eteronormativo non permette di percepire e vedere le altre realtà che escono da questo schema, come altrettanto valide e reali, perché si è sempre imposto come realtà unica e assoluta. Quindi è un sistema nocivo anzitutto perché crea delle grandi aspettative sugli individui. Poi perché incatena e relega assegnando dei ruoli. Il che significa che chiunque esca da tali ruoli – ad esempio le persone non binarie – sarà semplicemente strano, diverso e sbagliato.

Anche il genere come il sesso è uno spettro e pertanto ci sono numerose sfumature. Chi non si riconosce nel binario di genere si definisce *non binary*. Le persone non binarie sono persone transgender ossia persone che non si identificano con il genere che è stato loro assegnato alla nascita. La differenza tra i due è che le persone transgender alla fine si riconoscono in uno dei due generi – femminile o maschile – , mentre quelle non binary no, sono più fluide.

Si tratta di un termine ad ombrello che raccoglie molte etichette. Facciamo qualche esempio: è agender chi non ha genere; bigender chi si sente di appartenere a due generi contemporaneamente (non necessariamente quello maschile e femminile); demigender declinato poi in demiboy o demigirl, chi non è né uomo né donna ma sente il suo genere più vicino, rispettivamente, a quello maschile o femminile.

La diversità di genere sta avendo sempre più visibilità culturale permettendo alle persone ed istituzioni di avere una maggiore conoscenza in merito. È un argomento però, ancora molto controverso e sensibile per cui al momento solo alcuni paesi stanno intraprendendo delle politiche di genere. In particolare, va citata la Svezia, la quale ha adottato nelle istituzioni scolastiche la cosiddetta “norma critica”, ossia una teoria secondo la quale tutti gli ordinamenti tradizionali (la distinzione tra uomini e donne, tra eterosessuali e omosessuali, normodotati e disabili, ecc) devono essere smantellati per ottenere una società del tutto paritaria. Non vengono usati libri, giochi e materiali con stereotipi di genere per non incoraggiarne la riproduzione. Anche per quanto il riguarda il linguaggio sono stati introdotti degli accorgimenti, come il pronome neutro *hen* per essere il più inclusivi possibili.

Riportando le parole di Maria Hulth, fondatrice della *Jämställt*, società di consulenza sulla parità di genere, «Stanno facendo di tutto anche per evitare parole come “boys” e “girls”, utilizzando invece il vocabolario neutro “children”. E la “norma critica” si sta diffondendo sempre più velocemente». (Glori, 2014). Non si vuole annullare il gender o “confondere” i bambini, come spesso si critica, ma semplicemente marginare le discrepanze e il sessismo. L'obiettivo delle scuole, infatti, è andare oltre le differenze di genere per focalizzarsi invece sulla creatività, sul gioco e la libertà d'espressione a 360° tenendo a mente che essendo il genere una questione sociale e culturale, i bambini sono naturalmente gender-diversi; è la società che impone loro un sistema binario.

Le norme di genere binarie non cambieranno da un giorno all'altro ma se ai bambini viene data la possibilità di esplorare il genere a loro piacimento, partendo dalla scelta dell'abbigliamento, dei capelli, dei giochi, dei colori, ecc, forse in futuro un'identità di genere più fluida verrà gradualmente più accettata.

1.3 L'ordine di genere

L'ordine di genere è invisibile, naturalizzato e preesistente ma non immutabile. Il movimento femminista degli anni Settanta ha avuto un ruolo fondamentale nella società. Permettendo di cambiare prospettiva e sguardo sulle dinamiche sociali del tempo, ha infatti reso visibili i rapporti di dominazione prima invisibili: il patriarcato e l'eteronormatività. Come è già stato ribadito, la società occidentale è fortemente binaria e il genere è uno strumento usato per organizzare il potere gerarchizzato. Le differenze tra i sessi e l'idea che i due generi siano così diversi l'uno dall'altro, è fondamentale per mantenere una posizione egemonica del genere maschile sugli altri generi e minoranze. Non è un caso che per molto tempo gli uomini non siano neanche mai stati percepiti come facenti parte di un genere. Come afferma Sandro Bellassai in “La mascolinità contemporanea”, «La donna sarebbe insomma una forma specifica che assume l'umanità, l'uomo è invece l'universale umano, specifico, è l'essere umano per antonomasia». Questa presunzione di universalità e totalità ha a che fare con la dimensione del potere.

I rapporti di potere tra i generi sono ancora enormemente sproporzionati e asimmetrici e vengono confermati e approvati ogni giorno attraverso una manipolazione simbolica e linguistica. Attraverso le principali fonti di socializzazione – la famiglia e poi la scuola – vengono trasmesse delle forme di classificazione e delle strutture mentali che determinano e contribuiscono a costruire il senso dell'identità sociale dell'individuo. Si parla di *violenza dolce* (Bourdieu, 2014) per indicare un tipo di violenza impercettibile perché non ha bisogno di imporsi con la forza in quanto un certo ordine gerarchico è percepito come naturale e si riproduce così, facilmente. La violenza – non necessariamente sfocia in reati o abusi fisici – è spesso legata all'esibizione del potere, che in una società patriarcale avviene nella maggior parte dei casi da parte di uomini. La si vede riprodotta nei ruoli all'interno della famiglia: il babbo in genere è quello che si arrabbia più facilmente e a cui spetta l'ultima parola. Anche il deviare o rinnegare il desiderio di un bambino è una forma di violenza. Orientare il bambino verso uno sport piuttosto che un altro solo perché convenzionalmente più accettato per il suo genere. Queste gerarchie di potere avranno effetti evidenti e permanenti sui bambini, i quali non potranno fare altro che riprodurre questo tipo di violenza ricevuta con i gesti e le parole.

Per questo motivo nessuno nasce femminista. Cresciamo in una società con delle strutture, linguaggi, realtà preformate e non possiamo fare altro che assorbirle in modo passivo. È impossibile crescere criticando la cultura sessista perché a parte per alcune eccezioni, non abbiamo gli strumenti per individuarla e non la percepiamo come un problema. Se queste influenze non vengono messe in dubbio sin dall'infanzia molto probabilmente superata l'età adulta, sarà quasi impossibile o comunque molto difficile abbandonare i modelli di vita ormai consolidati.

1.4 La socializzazione e la pedagogia delle differenze

Gli esempi di cui abbiamo parlato poco sopra influiscono nel processo di socializzazione. Come afferma Ghigi (2009): «La *socializzazione di genere* è il processo mediante il quale gli attori sociali forniscono elementi al soggetto affinché

possa negoziare e consolidare la propria appartenenza, i ruoli e le aspettative di genere.» (Abbatecola, Stagi, 2017, p.52)

Gli agenti di socializzazione all'interno della società sono diversi e tutti responsabili. Citando Orna Ross: "It takes a village to raise a child" – ovvero "è necessario un villaggio per crescere un bambino" –, sono tante le componenti che entrano in gioco oltre ai genitori e la genetica. Tra questi si trovano la famiglia, la scuola, il gruppo dei pari, le parrocchie, i mass media, lo sport e molti altri ancora. Prima ancora di venire al mondo si viene socializzati in modi differenti in base e in funzione ai modelli culturali e stereotipi associati al sesso biologico a cui si appartiene. Basti pensare ai regali che si fanno per la nascita, come i vestiti oppure i giochi. Così sin da subito le differenze tra i generi vengono ratificate ed esaltate. In primo luogo, attraverso la forte simbologia dei colori: rosa per le femmine e azzurro per i maschi. Poi mediante la divisione dei giochi: la cucina giocattolo e i bambolemi per le bambine, già indirizzate verso un ruolo incentrato sulla cura; le macchinine e le costruzioni, in generale giochi legati all'avventura e al coraggio, per i bambini.

La fotografa sudcoreana JeongMee Yoon nel 2005 ha dato vita al progetto "The Pink and Blue Project" che ha come obiettivo esplorare la relazione tra il genere, il consumismo e la globalizzazione. L'idea è nata dopo aver osservato sua figlia nella propria camera ed essersi resa conto che aveva quasi esclusivamente oggetti, vestiti e giocattoli rosa. Ha iniziato così a fotografare dapprima bambini americani e poi sudcoreani, nelle loro camere da letto ognuno con i propri averi rosa e blu a seconda del proprio genere. Le fotografie sono di forte impatto. Yoon afferma: "Volevo mostrare la misura in cui i bambini e i loro genitori, consapevolmente o meno, sono influenzati dalla pubblicità e dalla cultura popolare." E Ancora: "Il blu è diventato un simbolo di forza e mascolinità, mentre il rosa simboleggia la dolcezza e la femminilità". Percepriamo il tutto come una cosa ovvia e naturale, tant'è che ci rendiamo conto di questa forte assegnazione, solo quando queste "regole" vengono infrante e stonano con quello a cui siamo abituati vedere. È il caso di quando un bambino indossa una maglia rosa o gioca con le barbie.

I giochi svolgono una funzione di addestramento a ruoli e modelli sociali perché i bambini apprendono e sviluppano la loro identità, diverse caratteristiche cognitive, abilità, consapevolezza di sé ed aspirazioni, già a partire da questa sfera. Usare giochi genderizzati significa continuare ad interiorizzare e riprodurre l'ordine di genere patriarcale che lavora già sui bambini per “far stare ognuno al suo posto”. Da qui l'importanza dei giochi di genere neutro, in modo tale da lasciare liberi i bambini di esplorare i propri interessi e sviluppare competenze diverse svincolate il più possibile dagli stereotipi e ruoli di genere.

I tipi di socializzazione non sono tutti uguali, tant'è vero che si riscontrano delle differenze in base al tipo di famiglia e agli strati sociali. A seconda della condizione sociale, culturale ed economica, i ruoli stessi dei componenti della famiglia – in particolare i genitori – possono cambiare e di conseguenza influenzare in modo diverso i bambini, che osservano le dinamiche tra i genitori, come si dividono i ruoli, chi si occupa delle mansioni domestiche, il linguaggio usato, chi e quanto lavora, ecc. All'interno del nucleo familiare le figure adulte tendono spesso ad incoraggiare i bambini e le bambine a conformarsi ai ruoli associati al loro sesso di appartenenza, e a scoraggiare comportamenti percepiti come appartenenti al genere opposto.

Anche l'istituzione scolastica è fondamentale per lo sviluppo dell'individuo e nonostante si definisca “neutra”, in realtà spesso è portatrice di stereotipi legati alla femminilità e maschilità. C'è un trattamento differenziato delle competenze percepite come maschili o femminili, che partecipa al processo di produzione delle disuguaglianze sociali. Non è un caso che per quanto riguarda la scelta della scuola superiore, ci sia ancora un'evidente separazione di iscrizioni in base al genere. I ragazzi scelgono indirizzi tecnici, istituti e scuole con una prevalenza di materie scientifiche; mentre le ragazze scelgono di più i licei (classico, linguistico o scientifico), e indirizzi con materie umanistiche o artistiche.

Nel processo di socializzazione non possiamo non citare i mass media (libri, giornali, riviste, radio, televisione, cinema, ecc.) che veicolando in continuazione significati, rappresentazioni e contenuti simbolici con un reale valore normativo ed

essendo il prodotto di una società ancora molto sessista, sono spesso responsabili della riproduzione di stereotipi. Di primo acchito salta subito all'occhio come nei film ci siano per lo più protagonisti uomini che controllano e hanno potere, mentre le donne sono rappresentate come oggetto sessuale e oggetto della loro azione (spesso si devono far salvare). Tra i supereroi i ruoli principali sono rivestiti da uomini. La donna è spesso rappresentata sessualmente in trailer cinematografici, cartelloni pubblicitari, videogiochi, ecc.

Questa tesi in particolare si vuole soffermare ad analizzare ed approfondire i periodici maschili di maggiore popolarità ed interesse in Italia. Nel terzo capitolo ne verranno approfonditi gli argomenti, le rubriche, la semantica, le fotografie e gli interessi per comprendere meglio quali messaggi di mascolinità veicola la società, e d'altra parte a che tipo di uomini si riferisce e rivolge.

1.5 La (le) maschilità

Treccani dà la seguente definizione di maschilità: “Il complesso delle caratteristiche (aspetto fisico esterno, psicologia, atteggiamento e comportamento, gusti, ...) che sono proprie dell'uomo in quanto si differenzia dalla donna, o che a lui tradizionalmente si attribuiscono”. Questa descrizione mette subito in chiaro come la mascolinità sia contrapposta all'effeminatezza. Tutto il sistema in cui si inserisce la nostra società occidentale, si basa infatti su un ordinamento di «opposizioni omologhe: alto/basso, sopra/sotto, davanti/dietro, destra/sinistra, [...]». Essendo simili nella differenza, queste opposizioni sono abbastanza concordanti da sostenersi a vicenda.» (Bourdieu, 2014, p. 15-16). Questo approccio di pensiero alla realtà, fa passare come differenze naturali e oggettive, differenze che in realtà lo stesso sistema contribuisce a confermare e “naturalizzare”. Questo binarismo di genere che non lascia spazio all'immaginazione e alle sfumature, si basa e sviluppa a partire da un rapporto di dominio. In particolare, di dominio dell'ordine maschile che non ha bisogno di giustificarsi o legittimarsi attraverso parole poiché la visione androcentrica si impone ed è percepita come neutra all'interno della stessa società.

Il binarismo – figlio di una società patriarcale – si basa sugli stereotipi, ossia semplificazioni della realtà in categorie ben precise e nette. Ma queste semplificazioni sono imprecise perché non tengono conto dell'evoluzione del gruppo sociale cui si riferiscono, del mondo che si sviluppa intorno, e ancora di più perché non tengono conto dell'individualità del singolo. Lo scopo degli stereotipi, infatti, è cristallizzare una determinata tipologia di persone in una società che però è in evoluzione. Essi si accompagnano con un “dovere morale” differente in base al genere di appartenenza: dalle donne ci si aspetta che siano dolci, sensibili, romantiche, attente, passive anche nella sfera sessuale, ecc; mentre dagli uomini ci si aspetta che siano indipendenti, forti, virili, aggressivi, ecc.

«Se le donne sottomesse a un lavoro di socializzazione che tende a diminuirle, a negarle, si formano e si addestrano alle virtù negative dell'abnegazione, della rassegnazione e del silenzio, anche gli uomini restano prigionieri, e subdolamente vittime della rappresentazione dominante.» (Bordieu, 2014, p.61)

Si tratta quindi di un sistema dannoso per le donne ma anche per gli stessi uomini. Si parla in questo caso di *mascolinità tossica*, per intendere l'insieme di regole sociali che spingono gli uomini a sopprimere le proprie emozioni, sensibilità e fragilità per aderire a un modello di uomo “vero” che usa l'aggressività e la violenza per misurare la sua forza e l'essere “macho”. Proprio sulla base delle differenze e discriminazioni di genere, per cui le donne sono considerate il “sesso debole”, qualsiasi caratteristica stereotipicamente femminile, è rifiutata e respinta da parte degli uomini. Qualsiasi comportamento in antitesi con lo stereotipo dell'uomo etero viene preso in giro. “Se piangi sei una femminuccia”; “se ti occupi della cura dei figli e sei tenero sei un mammo”; “se eviti il confronto fisico sei un pappamolle”; e così via. Il Vero uomo è etero e allontana da sé ogni presunto sospetto che sia omosessuale, adottando spesso degli atteggiamenti e linguaggi transomofobi. Il risultato è una messa in scena, una performance continua in cui gli uomini devono dare prova di sé.

L'idea è che la mascolinità non possa che essere dirompente, chiassosa. Ed è talmente radicata in tutti – anche nelle donne – da condizionare i nostri

comportamenti e le nostre emozioni. Per un uomo c'è solo un modo di essere uomo, il quale impedisce di entrare in contatto con le proprie emozioni e fragilità, senza che tutto questo si porti dietro un giudizio morale. L'alto prezzo da pagare per il potere e il dominio gerarchico, è appunto il confinamento in un mondo di virilità, mascolinità, machismo, prepotenze, obiettivi spesso irraggiungibili e molto altro. Questo approccio e questa repressione sono per l'appunto tossici e nocivi.

Gli uomini vivono in media sei anni in meno rispetto alle donne e uno dei fattori ritenuti responsabili è che non sono abituati e ben disposti a chiedere aiuto, con gravi ripercussioni sia a livello fisico che mentale. I dati raccolti nel 2018 dall'Istat riportano 99854 casi di uomini morti di cancro, contro 80449 donne. Appunto, gli uomini si sottopongono molto meno frequentemente a controlli di routine. Anche dal punto di vista psicologico sono molto più restii nel chiedere sostegno. I dati indicano che nello stesso anno gli uomini morti per suicidio sono 2915 mentre le donne 874.

Il modello di “maschile dominante” non è l'unico incarnato nella società, ci sono infatti moltissime sfumature che si sviluppano tra il “maschio tradizionale” e il suo estremo opposto. Nonostante siano presenti nella società però, faticano a trovare una degna rappresentazione. Riportando le parole di Chimamanda Ngozi Adichie espresse nel TEDx “We should all be feminists” del 2012: «Ma la cosa peggiore che facciamo ai maschi – spingendoli a credere di dover essere duri – è che li rendiamo estremamente fragili. Più un uomo si sente costretto a essere un duro e più la sua autostima sarà fragile. E poi facciamo un torto ben più grave alle femmine, perché insegniamo loro a prendersi cura dell'ego fragile dei maschi.». Finché la società non sarà paritaria, tenderà sempre a ingabbiare chiunque nei rigidi schemi patriarcali dando però un'illusione di libertà, specialmente a coloro che avranno maggiori privilegi. Prima si arriverà a una condizione in cui il femminile verrà considerato al paritario del maschile, prima elimineremo le pressioni e discriminazioni che gli uomini stessi subiscono quando agiscono con comportamenti stereotipicamente femminili.

Della liberazione dei generi si occupano i femminismi. Ecco perché essi servono anche – e soprattutto – agli uomini. È necessario quindi che donne e uomini – che da sempre ci viene fatto credere siano così diversi sulla carta, in contrasto e in competizione – si coalizzino nella battaglia contro le dinamiche di oppressione. Bisogna insegnare ai bambini a processare le emozioni e liberare le bambine dal senso di passività. Quindi abbattere il giudizio e cercare un contatto per diventare persone – dunque una società – libere.

1.6 I gender studies e men's studies

I *gender studies* si riferiscono ad un campo accademico interdisciplinare interessato al significato e alla natura del genere. Si parla di interdisciplinarietà perché coinvolge studiosi di diverse discipline come antropologia, sociologia, letteratura, filosofia, solo per citarne alcune. Emergono in Nord America tra gli anni Settanta e ottanta nell'ambito degli studi culturali, poi si diffondono in Europa negli anni Ottanta. Al tempo erano molto incentrati sui Woman studies in quanto l'obiettivo principale era porre la donna e il femminile al centro dell'indagine storica, culturale e sociale, anche per destabilizzare la storia e cultura, che fino a quel momento avevano sempre messo in primo piano il maschile. Un altro punto dell'agenda era il discutere della relazione tra maschile e femminile in termini di oppressione.

I *men's studies* si sviluppano intorno alla metà degli anni Settanta del Novecento nei paesi anglosassoni, principalmente Gran Bretagna e Stati Uniti con la pubblicazione delle prime opere sul maschile scritte da uomini. Infine, queste riflessioni arrivano anche in Italia a partire dagli anni Novanta. Si tratta di un campo accademico interdisciplinare che esamina cosa significhi essere un uomo, la mascolinità, il genere, la cultura, la politica e il potere patriarcale. Nascono a partire dalla presa di consapevolezza che il maschile non rappresenta l'universale, non è *il* genere ma *un* genere. Si sviluppa l'idea del maschile come un costrutto socioculturale, quindi come un concetto che può essere investigato e analizzato in un'ottica evolutiva storica che non dipende dalla genetica. Si inizia così a parlare di mascolinità al plurale (da masculinity a masculinities) applicando anche una lente

intersezionale. Infatti, non esiste un modello unico di mascolinità poiché si diffonde la consapevolezza che essa può essere influenzata da diversi fattori come l'etnia, la sessualità, l'orientamento sessuale, ecc.

Questi studi hanno avuto e hanno tutt'oggi uno sviluppo lento e limitato rispetto ai woman's studies per diversi motivi. Innanzitutto, perché il genere è sempre stato un campo investigato da donne impegnate a studiare le donne e gli uomini hanno sempre avuto una repulsione a priori. Inoltre, perché c'è stato un forte disimpegno da parte degli stessi uomini negli studi di genere. Già di per sé è difficile mettere in discussione tutto il sistema e osservare i meccanismi con occhio critico. Ancora più complicato, è andare oltre le apparenze “neutre” e l'idea che l'uomo stesso ha del genere maschile e dei suoi privilegi.

Questi studi seppur inseriti nell'ambiente accademico, non hanno ancora molto spazio. Nelle università, infatti, se ne parla sempre di più, magari vengono citati o rientrano all'interno di una materia ma non vi è ancora stata data così tanta importanza da nominare e organizzare interi corsi di studio. Gli argomenti trattati sono sempre nascosti da altre materie come “storia moderna”, “letteratura”, e così via. In particolare in Italia, i men's studies non sono approfonditi e trattati poiché mancano le persone che se ne occupino e manca la letteratura. Essendo un tema legato alle dinamiche territoriali, quindi, non sarebbe efficace tradurre la letteratura estera (benché più ricca) e importarla in Italia. Inoltre, per la mancanza di studi nelle scuole non è da sottovalutare il punto di vista dell'opinione pubblica alla quale sembrano assurdi. Lo sguardo comune è molto preoccupato ma il tutto sorge principalmente per una grande disinformazione. Si parla in questo caso di *Teoria gender*: idea che si tratti di un complotto che vuole appiattire le persone, eliminare l'evidenza del sesso biologico, distruggere la famiglia e l'ordine “naturale”. Ma non è così. Quando si parla di educazione di genere si parla semplicemente di aprire gli orizzonti dei bambini, lottare contro gli stereotipi sessisti e omofobi. Si parla di educare all'uguaglianza. Si parla di una necessità e urgenza di affrontare le questioni di genere nelle scuole e nei programmi educativi per offrire la possibilità di cambiare prospettiva sul mondo o ancora meglio, insegnare preventivamente ad avere uno sguardo libero dagli stereotipi.

Capitolo 2 - Il disegno dell'analisi

2.1 Domande e obiettivi dell'analisi

In un clima di incertezze e insicurezze globali, il risultato più immediato ed evidente è “la società dell'incertezza” (Boni, 2004) nella quale ogni individuo cerca di affermare e definire di continuo la propria identità. Identità costantemente esercitata, negoziata e controllata attraverso il corpo, il quale – inteso sempre come una costruzione sociale – è il risultato della contrattazione tra forme di controllo e cura di sé incessanti per affrontare i rischi imprevedibili e difficilmente dominabili tipici di questa società. Dunque, il corpo è anche un luogo in cui si manifesta la tensione tra la dimensione globale di modelli e paradigmi, e la dimensione locale o individuale.

In questo contesto entrano in gioco i media (mass e new), che attraverso la veicolazione di un certo tipo di immagini e narrazioni, propongono una rappresentazione della maschilità – e più in generale della società – che da un lato riflette i valori e canoni già esistenti e presenti, ma d'altro lato li legittima e naturalizza.

L'obiettivo di questo studio, perciò, è esaminare il tema della maschilità contemporanea e della sua rappresentazione attraverso i periodici maschili più rappresentativi in quanto più venduti e popolari in Italia nella categoria *men's lifestyle magazines*. In particolare, la tesi si propone come un insieme di riflessioni raccolte in forma non organizzata per confrontare le conclusioni tratte sulla base dei mensili presi in considerazione, con i risultati raccolti da Boni (2004) in “Men's help. Sociologia dei periodici maschili”, al fine di esaminare eventuali differenze o analogie rispetto a quasi vent'anni fa.

Lo studio prende forma partendo da alcuni interrogativi in cerca di risposta come: quali sono gli obiettivi delle riviste? Quali argomenti vengono affrontati? Con quale linguaggio? Con quali immagini? Che tipo di corpi femminili e maschili vengono proposti? Su cosa sono incentrate le rubriche? Quali tipi di maschilità propongono? Che stile di vita viene proposto o trattato? A che tipo di uomini si rivolgono? C'è interazione con i lettori?

2.2 Oggetto di studio

Lo studio di questa tesi fa riferimento al lavoro svolto da Boni nel 2004, per cui al fine di trarre delle conclusioni valide confrontando le mie personali osservazioni finali con quelle dedotte dall'autore, è stato importante prendere in considerazione gli stessi mensili oggetto della sua analisi nei primi anni duemila. Le riviste, acquistate da aprile 2021 fino a maggio 2022 in modo non continuativo nel tempo sono: Men's Health e For Men Magazine. Boni sceglie questi mensili oltre che per la popolarità anche perché al tempo sono quelli che più hanno trattato tematiche relative al corpo. Dunque, l'attenzione è stata focalizzata su questi due titoli per riflettere sul rapporto che si instaura tra riviste e il corpo e la modalità di creazione dell'identità e maschilità dell'individuo. Boni (2004) aveva analizzato anche una terza rivista, Fox Uomo ma che non venendo più pubblicata, è stata esclusa dagli strumenti di osservazione alla base di questo elaborato.

In generale è importante tenere a mente l'anno di pubblicazione di "Men's Help. Sociologia dei periodici maschili" (2004) poiché col tempo sono state apportate molte modifiche stilistiche, tematiche, linguistiche e iconografiche non irrilevanti. Oggi entrambi i periodici maschili presi in analisi, sono riservati alla cura di sé e del proprio corpo, ciononostante ognuno mantiene e sviluppa un proprio stile personale che lo distingue dall'altro sulla base del target a cui si riferisce, del differente stile di vita maschile promosso e al rapporto tra la maschilità in questione e la corporeità.

Men's Health è un mensile pubblicato per la prima volta negli Stati Uniti nel 1987 da Rodale Inc. Nasce come periodico sul benessere e lo stile di vita maschile trattando temi come il fitness, l'alimentazione, la moda, la sessualità, le relazioni, la tecnologia e i viaggi. Oggi è la rivista maschile più diffusa al mondo con trentacinque edizioni in cinquantanove paesi. Nel 2000 arriva anche in Italia sotto la gestione di Mondadori Editore e con Andrea Biavardi come direttore. Dal luglio 2013 il magazine cambia gestione e viene acquistata da Edisport Editoriale. Da questo momento si discosta dallo stile originale che lo avvicinava al periodico For Men Magazine. Ciononostante, già prima di cambiare editore, la rivista si discostava dalle altre testate maschili soprattutto per la mancanza di donne provocanti in copertina. Si dedicava a temi relativi al benessere del corpo maschile. In particolare, le sezioni presenti erano: la cover story, il fitness, la salute, l'alimentazione, il sesso e i viaggi, lo "Stare al mondo" e lo stile. Mensilmente uscivano anche delle rubriche fisse come: "Chiedilo a Men's Health". Ora invece, si concentra principalmente sul benessere dell'uomo declinato nella dimensione del movimento, della vita all'aria aperta, dell'alimentazione sana e del viaggio rinunciando alle tematiche relazionali e sessuali. La novità redazionale consiste in una prospettiva che vede un redattore sportivo relazionarsi e rivolgersi a un pubblico, anch'esso sportivo, in particolare amante dell'outdoor. La differenza che emerge sin da subito, dunque, è che non sono più presenti rubriche dedicate alle domande dei lettori; i consigli vengono dispensati attraverso articoli più strutturati e non si parla mai di donne ma di fitness, salute e alimentazione in una dimensione equilibrata e sana.

Le rubriche presenti all'interno del periodico sono: *MH World, Body, Life, Mind e Plus*. Entrando nel particolare, gli argomenti più trattati riguardano il fitness, l'alimentazione e la salute (anche mentale) con una presenza pari al 47%. Con il 27% seguono i consigli e gli articoli sul "saper vivere". Questo ultimo spesso è costituito dall'esperienza personale di atleti prescelti che con la loro condivisione vogliono essere d'aiuto o di ispirazione al lettore. Gli articoli su viaggi e avventura si trovano con una presenza pari al 14%, seguiti da articoli su hi-tech al 8%. Il restante 4% indicato sotto la voce Altro, comprende pagine pubblicitarie.

Tabella 1.

Argomenti presenti su Men's Health	%
Alimentazione, fitness, salute	47
Viaggi, avventura	14
Hi-tech	8
Consigli, "Saper vivere"	27
Altro	4

L'audience di riferimento è un uomo attivo, che ama viaggiare ed esplorare il mondo attraverso l'attività sportiva (arrampicata, trail running, trekking, ciclismo, ecc). Come si può notare già nella prima pagina del numero 225 aprile/maggio 2021:

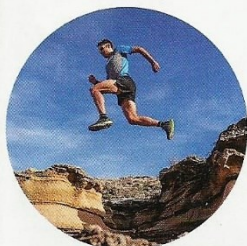
VOGLIA DI VIVERE



Voce del verbo uscire, andare, muoversi, salire, scendere, camminare, pedalare, correre, nuotare, respirare, vivere. Non c'è limite a quello che il mondo là fuori ti può offrire. Qui ne puoi trovare però qualche piccolo esempio: scalare le Dolomiti o semplicemente camminare sulle vette delle montagne più belle del mondo, pedalare per scoprire i panorami unici che solo l'Italia - da Nord a Sud - può riservare, seguire il tuo istinto e scoprire sempre nuove strade con il trail running, tentare e provare il triathlon, nelle sue versioni agonistiche o amatoriali, e anche sprint. Il mondo non ha confini né pareti: sta a noi scoprire i nostri limiti e rispettarli, rispettando la grandezza della natura e il nostro equilibrio con l'ambiente. Difficilmente potrai fare scoperte e capire il mondo restando chiuso in casa: vieni con noi!

► P. 02

Dolomiti mozzafiato
Dall'arrampicata indoor alle montagne più belle del mondo: racconto di una scalata sui Monti Pallidi.



14

Trail running
Il campione Franco Collè ci spiega come correre bene in montagna e divertirsi.



10

La Sportiva. Speed, boulder e arrampicata con corda: evoluzione delle scarpette per il climbing indoor e outdoor.



► P. 20

Pedalarre nella terra dei Trulli
Cicloturismo tra terra e mare lungo la ciclovia dell'acquedotto pugliese alla scoperta della Valle d'Itria.

26

Nuota, pedala, corri
Consigli pratici per affrontare al meglio il triathlon, anche in versione sprint.

Figura 1, Men's Health, n. 225, aprile/maggio 2021, p. 11

For Men Magazine invece, è un mensile italiano fondato a Milano nel 2003 e inaugurato ad aprile. Viene pubblicato dal gruppo Cairo Communication di Urbano Cairo, sotto la direzione di Andrea Biavardi, già direttore di Men's Health. È una rivista dedicata al benessere e alla cura del corpo maschile; in particolare, i temi

maggiormente trattati sono: sessualità, salute, alimentazione, hobby, sport e cultura popolare. Quindi, come si può notare dalla tabella 2, il corpo maschile è al centro dell'interesse di For Men Magazine che dedica il 44% degli articoli a tematiche legate alla salute, fitness e alimentazione. Segue con il 14%, ciò che ho contrassegnato con Altro, ovvero l'insieme delle pubblicità. Poi si vedono consigli e "saper vivere" con il 12% a parimerito con stile e look; dunque, le sezioni dedicate a sesso e sessualità che ricoprono l'11%. Ed infine al 7% si vedono articoli dedicati ad attrezzatura hi-tech e nuovi gadget sul mercato.

Tabella 2.

Argomenti presenti su For Men Magazine	%
Alimentazione, fitness, salute	44
Sesso e sessualità	11
Consigli, "saper vivere"	12
Stile, look	12
Hi-tech	7
Altro	14

La rivista pur cambiando i nomi ad alcune sezioni e sostituendo alcune rubriche, rimane fedele alle origini. Nel 2003 la prima parte della rivista era incentrata sulle ansie e i problemi legati al corpo maschile, mentre la seconda sezione era dedicata alla *Good life*, dove tra fitness e salute faceva capolino *La clinica del sesso*. Oggi invece, le sezioni presenti sono intitolate *Corpo&Mente*, *Men's Look* e *E inoltre...* ma le rubriche e gli articoli presenti alternano continuamente temi diversi per tenere alta l'attenzione del lettore.

In *Corpo&Mente* sono presentate le seguenti rubriche: Corpo e Mente, Cyberfit, Salute, Torna in forma, Magro e felice, Neuroni, Genitori, Gentleman, Amici animali, Money, Ascolta una donna, Uomo Cover, Alimentazione, Salute, Fitness, Bicicletta, Sesso&Coppia, Food, Psicologia. *Men's Look* invece come rubriche

propone: Moda, Beauty, Hi-tech, Libri, CD, DVD, App&Videogames e Giochi. Infine, nell'ultima sezione *E inoltre...*, si sviluppano le rubriche Lettere, Le grandi domande, Motori e Confronti.

2.3 Metodi e strumenti di costruzione del materiale dello studio

Benché questo elaborato non sia una ricerca, ma piuttosto un insieme di riflessioni raccolte in forma non organizzata circa le maschilità nella società contemporanea e la loro rappresentazione mediatica, il metodo di osservazione ritenuto più appropriato da adottare, è stato il metodo qualitativo. Esso consiste nel raccogliere dati non strutturati, come in questo caso sono le osservazioni. Queste ultime permettono di trarre delle informazioni fondamentali per comprendere schemi e significati profondi, che si celano nei periodici.

L'analisi è sostenuta da diversi strumenti. Innanzitutto, vanno valutati i concetti e gli studi sociologici di base analizzati nel primo capitolo, ritenuti fondamentali per conoscere meglio i temi trattati nello studio e quindi sviluppare un senso critico sull'argomento. Si parla dunque, di una prima introduzione sul genere, delle principali teorie di definizione (essenzialista e costruttivista), di identità di genere, di espressione di genere, di binarismo di genere, di ruoli, di ordine di genere, di socializzazione di genere e pedagogia delle differenze. Infine, si è parlato di maschilità, di mascolinità tossica, di gender studies e in particolare di men's studies. Il secondo strumento dello studio è il libro "Men's help. Sociologia dei periodici maschili" scritto e pubblicato da Boni nel 2004. Si tratta di uno spunto importante poiché attraverso le osservazioni dell'autore, sono stati individuati e rilevati alcuni punti e concetti importanti da tenere in considerazione durante la fase di rilevazione dei dati nelle riviste. Inoltre, le riflessioni riportate da Boni (2004) vengono considerate anche in questa indagine, per valutarne eventuali analogie o differenze che possono essersi sviluppate e consolidate nel corso degli anni. Per concludere, il terzo ed ultimo strumento è costituito dalle osservazioni effettuate sui mensili maschili presi in considerazione. Su questi ultimi viene eseguita un'analisi

semiotica. Essa esamina i contenuti come testi e immagini in cerca di tematiche e significati più frequenti per poi identificarne strutture e schemi.

2.4 Fasi dell'indagine

L'analisi avvalsa degli strumenti precedentemente esplicitati, si sviluppa attraverso il susseguirsi di diverse fasi. Concretamente l'indagine ha avuto origine a partire da una prima fase di lettura di "Men's Help. Sociologia dei periodici maschili". Inizialmente si è trattato di una lettura superficiale e veloce per avere un'idea generale sui punti trattati e la direzione che avrebbe preso lo studio. È seguita poi una lettura più approfondita, accompagnata dalla sottolineatura del testo e delle parti che a giudizio personale sono risultate più indicative e importanti. Una terza valutazione è stata utile per elaborare un riassunto schematico sulla struttura del libro, individuarne i capitoli e le tematiche esaminate.

Parallelamente allo studio del testo di Boni (2004), sono state acquistate le riviste fulcro dell'interesse, che mensilmente uscivano in edicola. Anche queste sono state sottoposte ad un'osservazione seguendo tre fasi consequenziali. La prima fase consiste in una lettura descrittiva, dunque più approssimativa e generale della rivista. Si notano in particolare la scelta delle grafiche, dei colori, delle fotografie ed immagini. In una seconda fase, l'osservazione è più specifica e focalizzata su alcune tematiche suggerite dalla ricerca di Boni (2004), nel cui libro sono sviluppate costituendo capitoli a sé stanti. Quindi come si è precedentemente detto: corpi a rischio, la medicalizzazione del corpo maschile e il corpo relazionale (sessualità – esclusivamente eterosessuale –, amicizia e comunità maschile). Nel terzo ed ultimo stadio di indagine, si fa particolarmente caso al linguaggio adottato, alle rubriche, alle sezioni dedicate all'interazione coi lettori.

Infine, si è passati alla stesura dell'elaborato, per formalizzare e concretizzare le osservazioni effettuate sulle riviste facendo un continuo confronto con i risultati emersi dallo studio di Boni (2004). Tenendo a mente l'anno di pubblicazione non stupisce il fatto che molte dinamiche siano cambiate.

Capitolo 3 - Interpretazione delle osservazioni

3.1 Il format delle riviste

Un periodico è una pubblicazione di contenuti, principalmente di articoli, interviste e pubblicità per creare contenuti significativi attorno a uno specifico tema rivolto ad un mercato preciso. Tutti i materiali, dunque, vengono organizzati con una accurata struttura grafica e linguistica per rispondere alle diverse esigenze di pubblicazione. La costruzione editoriale di una rivista tiene conto di alcuni elementi strutturali, detti anche format, legati alla riconoscibilità del mensile. I più importanti sono la copertina, l'indice dei contenuti, impronte, contributori, scrittori, lettera dell'editore, gli articoli e il retro.

La copertina è un elemento di design fondamentale poiché influisce direttamente sulle vendite. È costituita infatti, da un insieme di elementi in grado di attirare l'attenzione del consumatore. È importante che essa sia coerente con il contenuto proposto e approfondito nella rivista al fine di non creare false aspettative o confondere il lettore. La riconoscibilità di una pubblicazione – sotto tutti i punti di vista: grafico, stilistico, linguistico, iconografico, ecc – è essenziale e viene trasmessa in primo luogo dai fattori che compongono la copertina. Si parla dunque, del titolo, dell'immagine principale, della data, dei pin up e delle scritte.

Il titolo è fondamentale poiché rappresenta il nome della pubblicazione, dunque, deve essere innanzitutto facilmente ricordabile, quindi, d'effetto. Per questo motivo si predilige posizionarlo centralmente con i caratteri più grandi possibili. Per di più, essendo sempre riportato in copertina ricopre un ruolo rilevante anche a livello grafico. Esso può anche essere o diventare un logo o un simbolo di riconoscimento del magazine. Sotto al titolo si trova una sezione contenente il numero di pubblicazione, il mese e l'anno del numero in questione per aumentare la

collezionabilità e la riconoscibilità della storia della rivista. Alcuni periodici specificano anche il prezzo.

L'immagine principale della copertina occupa la maggior parte dello spazio ed è una foto o un'illustrazione rappresentativa del contenuto all'interno del magazine. Può essere una foto intera che funge da sfondo oppure può essere un soggetto che si staglia su uno sfondo neutro. Solitamente è rappresentata una celebrità più o meno conosciuta o una persona di bell'aspetto in grado di colpire emotivamente il consumatore in modo tale che sia incuriosito nel proseguire a leggere il contenuto. Attorno a questa figura vengono posizionati una serie di frasi e scritte volte ad aumentare la curiosità che a seconda della tipologia della rivista appaiono in copertina con modalità diverse. Queste possono essere dei concetti chiave o dei temi che verranno affrontati tra le pagine, oppure il titolo dell'articolo più importante e corposo all'interno del numero. Si tratta sempre di frasi e concetti corti e coincisi, scritti con un font più piccolo rispetto al titolo, per non distrarre il lettore.

In un riquadro in basso a destra o a sinistra si trova il codice a barre identificativo.

Anche i colori come la scelta del font, della grafica e delle immagini di copertina, sono molto importanti per far sì che la rivista abbia un proprio stile e che sia facilmente riconoscibile dai lettori. Per questo motivo la scelta dei colori è limitata e ripresa sempre per distinguere i diversi concetti anche in base alla loro importanza.

Ci sono ulteriori elementi non presenti in copertina, importanti da citare quando si parla di format di una rivista, come la lettera dell'editore, l'indice dei contenuti, il colophon, e la numerazione delle pagine.

La lettera dell'editore si trova tra le prime pagine del mensile, e si tratta di un saluto di ben ritrovato che l'editore dà ai propri lettori, accennando ai contenuti che il lettore incontrerà nelle pagine a seguire. È uno spazio quasi intimo, di dialogo diretto tra editore e lettore che si ritrovano come due vecchi amici. Questa sezione spesso segue l'indice e precede il colophon. Quest'ultimo è una sezione coincisa e pulita dedicata ai nomi e ai contatti dello staff editoriale (redazione, direttore

responsabile, ufficio grafico, ricerca iconografica, fotografia, collaboratori, ufficio stampa e distribuzione ecc).



Figura 2, For Men Magazine, n. 219 maggio 2021, cover

Tutti i numeri di For Men Magazine si distinguono per lo stesso stile, ripreso numero dopo numero. Il titolo risalta poiché è grande e posizionato in alto nella

copertina. Sotto sono riportati il direttore, il numero di pubblicazione, il mese, l'anno ed il prezzo. Su uno sfondo bianco si staglia la figura di un atleta in posizione frontale mentre sostiene lo sguardo della fotocamera-lettore. La celebrità è brevemente introdotta a lato, indicandone il nome, la professione e lo sport praticato. Sullo sfondo neutro risaltano il titolo, i sottotitoli e le brevi descrizioni riguardanti gli articoli presenti all'interno del numero, che sono in blu, nero, giallo o rosso.

Oltre alle scritte e frasi che indicano gli argomenti che verranno trattati all'interno della rivista, è presente in particolare un pin-up in basso a sinistra, raffigurante una figura femminile in atteggiamento provocante che accompagna il titolo di una rubrica fissa "La più bella del mese" dedicato ogni volta ad una donna diversa. Anche la copertina di Men's Health ha questa impostazione, ovvero titolo in grande in alto, sfondo neutro e mezzo busto di una celebrità maschile, in particolare di un atleta, al centro. La personalità scelta, rinomata nel proprio campo (cinema, crossFit, nuoto, ecc), vuole fungere da buon esempio e fonte di ispirazione sia nella vita che negli allenamenti. Il titolo, sottotitolo e le varie scritte sono organizzati nello spazio attorno alla figura, differenziandosi sempre con diversi colori. In questo caso i più ricorrenti sono il bianco, il rosso e il nero.



Figura 3, Men's Health, n. 225, aprile/maggio 2021, cover

Benché entrambe le testate prese in considerazione, si dedichino al benessere – soprattutto fisico – dell'uomo moderno, lo fanno con un approccio piuttosto diverso ed è evidente già dalle copertine. For Men Magazine si distingue da Men's Health per l'attenzione dedicata a temi quali il sesso e la sessualità (esplicitamente ed

esclusivamente eterosessuali). In copertina le scritte suggeriscono la presenza di articoli sul “Sesso&Coppia” e “La più bella del mese” mentre Men’s Health invece, non rivolge attenzioni a temi relazionali.

Il retro di entrambi i periodici è sempre costituito da delle inserzioni pubblicitarie ad esclusione per il numero di aprile/maggio 2021 di Men’s Health sotto riportato, che popone una sezione speciale ed esclusiva per l’estate consultabile dal verso opposto.

NATURA HYBRID CARATTERE 4x4

SUZUKI

Way of Life!

TECNOLOGIA DA INCENTIVI

SUZUKI È 100% HYBRID
ANCHE CON TECNOLOGIA 4x4

SWIFT HYBRID **IGNIS HYBRID** **VITARA HYBRID** **ACROSS PLUG-IN** **S-CROSS HYBRID** **SWACE HYBRID**

Gamma Suzuki Hybrid/Plug-In. Consumo ciclo combinato: da 1,0 a 6,5 l/100km(WLTP). Emissioni CO₂: da 22 a 147 g/km (WLTP). Tecnologia 4x4 ALLGRIP non disponibile su Swace. Su Across disponibile tecnologia 4x4 E-Four. Le immagini delle vetture sono puramente indicative.

Agos Seguiti sui social e su SUZUKI.IT **800-452626** **3 PLUS SUZUKI** **MOTUL**

Figura 4, For Men Magazine, n. 219, Maggio 2021, retro

Men'sHealth
GUIDA ALL'OUTDOOR
ESTATE 2021



Le Dolomiti offrono le
scalate più grandiose
di tutta Europa. Neil
Irwin mette alla prova
il suo coraggio sui
Monti Pallidi

MONTAGNE / ESCURSIONI / TRAIL RUNNING / CLIMBING /
CICLOTURISMO / NATURA / HIKING / TRIATHLON

Figura 5, Men's Health, n. 225 aprile/maggio 2021, retro

3.2 Il corpo a rischio e la medicalizzazione del corpo maschile

In un clima globale ricco di incertezze, l'uomo, messo di continuo in crisi dai repentini cambiamenti, si trova a ridefinire e rinegoziare incessantemente la propria identità in cerca di un proprio spazio nel mondo. E il corpo rappresenta uno dei pochi – se non l'unico – strumento diretto su cui è possibile esercitare un qualsiasi tipo di controllo. Boni (2004) parla per l'appunto, di corpo “a rischio” per indicare un corpo – e quindi un'identità – continuamente sotto minaccia da fattori esterni. Non è un caso che temi quali l'alimentazione, il fitness e la salute siano presenti all'interno dei periodici maschili con la percentuale più alta. Riportando le percentuali delle riviste prese in considerazione si vedano: For Men Magazine col 44% e Men's Health col 47%.

In vista dell'analisi delle riviste, seguendo la logica di Boni (2004), si è voluto raggruppare questi tre argomenti insieme poiché rappresentano le dimensioni principali su cui si manifesta la “medicalizzazione del corpo”. Con questo termine si intende l'insieme delle forme di controllo esercitate sulla corporeità attraverso processi di disciplinamento e normalizzazione che vedono coinvolta anche la società. È diventato un compito “fai da te” che chiunque può e deve imparare a gestire. La normalizzazione ha un grande potere poiché agisce sul senso comune e su ciò che è percepito come “giusto”. È proprio attraverso questo fenomeno che non si mette in dubbio la realtà e il sistema che si abitano, accettando le cose così come stanno per il solo fatto che “è normale” o “si è sempre visto così”. Questo fenomeno ha così tanta presa di potere e influenza proprio perché non è esplicito, dunque, è difficile identificarlo e metterne in discussione le forme.

Di fronte a questi canoni e valori ovvi e scontati perché normali, il singolo si sente di dover rispondere prontamente adattandosi per rientrare il più possibile nel sistema. Il corpo, quindi, prende la forma di un progetto identitario personale, spinto apparentemente da un volere individuale ma che in fin dei conti corrisponde a un senso del dovere imposto dall'esterno. Il controllo sul proprio corpo appare come una sfida “da uomo”, una scommessa da vincere, e l'ottenere un determinato risultato, significa aver dimostrato a sé stessi ma anche e soprattutto agli altri, di avercela fatta, di essere abbastanza determinato, forte, tenace da non aver mollato e aver raggiunto l'obiettivo. Questo aspetto emerge anche da una frase pubblicitaria

presente sul sito online di Cairoeditore che riferendosi a For Men Magazine, usa queste parole:

For Men Magazine, il mensile al maschile con un grande staff di professionisti a tua disposizione, Essere uomini a 360° è una continua sfida che ogni mese vinceremo insieme. Tutto su fitness, salute, rapporto di coppia e alimentazione per chi sa quanto sia importante il benessere, in ogni sua forma.

Attraverso il controllo esercitato si spera nell'ottenimento di un fisico in forma ma sempre inteso in una prospettiva di preciso risultato estetico. Tutto, infatti, gira intorno all'estetica della corporatura ideale: giovane, asciutta, tonica e forte. Caratteristiche che vengono sempre associate ad un corpo sano. Per contro, tutti quei corpi non canonicamente “fit”, saranno corpi malati e a cui occorrerà porre rimedio con urgenza.

Questo aspetto emerge ancora di più nelle pubblicazioni a ridosso dell'estate, in cui il lettore viene invitato a perdere gli ultimi chili “di troppo”. Ecco riportati alcuni titoli in copertina di For Men Magazine:

Muscoli su, pancia giù (n.219 maggio 2021)

Perdi quei 5 chili di troppo

Bastano 30 minuti, 3 volte a settimana (n.220 giugno 2021)

Muscoli da spiaggia

Addominali super, bicipiti “Taglia XL”. Il piano completo (n. 221 luglio 2021)

Perdi la pancia prima dell'estate (n. 232 giugno 2022)

Alcuni esempi invece tratti da Men's Health:

20 minuti al giorno bastano per tornare in forma (n.225 aprile/maggio 2021)

Rimettiti in forma. I tuoi nuovi obiettivi (n. 232 febbraio/marzo 2022)

Un corpo magro – ma non troppo – viene associato alla felicità. C'è una sezione in For Men Magazine dal titolo “Magro&felice” in cui ogni mese vengono recensiti degli alimenti diversi, riportandone le calorie per grammo, il prezzo e un giudizio. Il tema della medicalizzazione del cibo è un tema chiave nelle riviste maschili, per cui verrà ripreso più avanti nel paragrafo 3.2.3.

Ottenere questi risultati significa avere la tenacia, la forza – anche mentale – e la motivazione di riuscire a controllare le variabili esterne. Tutto ciò che si pone tra il corpo-progetto e il risultato, è percepito come un nemico. Anche nel 2004 come oggi, il corpo è percepito in pericolo. Ha bisogno di cura e attenzioni direzionate verso la sua progettazione. Sono presenti, dunque, le stesse ansie e preoccupazioni. A partire dagli zuccheri e dai grassi negli alimenti fino ad arrivare alla sfera lavorativa, fonte di ansia e stress.

Nonostante tutte queste minacce per il corpo-progetto però, paradossalmente il corpo ideale non è mostrato così difficile da ottenere, se si ascoltano le indicazioni e i consigli del periodico in questione. Le riviste, dunque, si pongono nei confronti dei lettori come una guida, come un amico o un fratello maggiore che ne sa di più e che è in grado di consigliare sempre la cosa giusta. Si crea un legame di fiducia e stima nei confronti della redazione anche – e soprattutto – grazie alla presenza di esperti. La parola, proprio perché data da un esperto del settore di cui si sta parlando, si carica immediatamente di un valore aggiunto che dà maggiore credibilità ai contenuti letti. In For Men Magazine molte rubriche sottolineano già nel titolo la presenza dell'esperto: “Gli esperti di For Men Magazine rispondono alle grandi domande”, o ancora “Risponde la sessuologa” e “Risponde l'avvocato”.

Oppure a fianco al titolo di un articolo ne viene esplicitato oltre che l'autore anche la qualifica. Vediamo un esempio da For Men Magazine:

“Gambe d'acciaio senza pesi” di Marco Lequaglie, personal trainer FIF e tecnico ASI (n. 229 marzo 2022, p. 39)

O ancora:

“Affettati per tutti i gusti” con la consulenza della dott.ssa Monica Guglielmetti, dietista (ib, p. 22)

Men's Health invece non specifica quasi mai il titolo di studio dell'autore, si limita a riportarne il nome e cognome. Solo tra le prime pagine della sezione MH World dedicate a dei consigli, è presente un'inserzione in cui è riportata una conversazione virtuale tra un esperto e un lettore. Per riportare alcuni esempi: nel numero di aprile/maggio 2021 si trattava di “Chatta con il fisioterapista” mentre nel numero di febbraio/marzo 2022, “Chatta con il dietologo”.

Il linguaggio adottato, ricco di numeri, trasmette la certezza matematica e obiettiva che seguendo i pochi e semplici step, sia impossibile fallire nel raggiungimento di tali obiettivi promessi. La retorica della velocità è evidente in For Men Magazine:

4 esercizi infallibili con i pesi o a corpo libero (n. 219 maggio 2021, p 42)

18 errori da non fare quando ti alleni (ib, p.62)

Dai scacco alle allergie in 4 mosse (ib, p. 50)

Brucia! Le calorie che vuoi in 30 minuti (n.220 giugno 2021, p. 42)

Quest'aura di scientificità accompagnata dalla retorica della velocità, vengono riscontrate anche da Boni, il quale dichiara che raramente le riviste assumono toni

da “esperti”, preferendo lasciare uno spazio esplicito e apposito a chi è del campo. Accortezza che permette alla redazione di porsi al pari del lettore creando un “noi” comunitario.

3.2.1 La salute

La medicalizzazione della salute è sempre attuale. Boni (2004) parla di stress e ansia come due costanti prodotte dallo stile di vita maschile e ancora oggi sono percepite come una grande minaccia per la salute dell’uomo. I periodici, dunque, propongono molti articoli per affrontare e prevenire i pericoli che ne conseguono. Da Men’s Health:

Sei cotto. Le cose non stanno andando per il verso giusto. Sei sul punto di mandare tutti e tutto a quel paese. Ma prima di scoppiare, prova queste tecniche...e tenta di evitare l’esaurimento. Sfuggire al burnout (n. 232 febbraio/marzo 2022, p. 42-43)

Spesso si presenta però un paradosso evidente, ovvero che per combattere stress e ansia vengono presentate delle soluzioni veloci e che non fanno perdere tempo, ma che d’altra parte possono contribuire ad aumentare la pressione. Per esempio, nel caso riportato qui sotto, tratto da For Men Magazine, vengono consigliate dieci tecniche per rilassarsi ma che in realtà implicano un ulteriore autocontrollo sul proprio stato d’animo ed emozioni.

Relax. 10 infallibili tecniche di autocontrollo

Mal di testa, fastidi allo stomaco, aumento della pressione sanguigna, dolore al petto e disturbi del sonno... lo stress è una bomba nucleare per la salute! Per questo devi imparare a rilassarti e a ritrovare la calma interiore (n. 228 febbraio 2022, p. 60-61)

Quindi, la salute – che poi si declina nell’attenzione per il fitness – è al centro della discussione. Ci sono molte ansie che riguardano anche le malattie. For Men Magazine dedica diverse rubriche e articoli a questo tema, informando e

consigliando il lettore sul come prevenire malesseri, guarire o stare bene più a lungo:

I “tagliandi” da fare a 40, 50 e 60 anni (n.220 giugno 2021, p.52)

Il nemico nascosto.

La prostata è una piccola ghiandola del nostro corpo che, se trascurata, può causare fastidi anche molto seri! Ecco perché, soprattutto dai 50 anni in poi, devi sempre tenerla in perfetta salute (ib, p. 67)

SOS articolazioni

I medici che fanno sport come te consigliano... (n. 229 marzo 2022, p. 54)

Ecco riportati alcuni esempi di titoli presenti nell'inserzione “Notizie in breve” nella rubrica “Salute”:

Rischio di tumore con il fegato grasso;

Si può guarire dall'HIV con le staminali ;

Con questa dieta allunghi la vita di 10 anni (ib, p. 18-19)

I fattori alla base della pressione e dello stress per l'uomo non sono cambiati, ma ci sono due novità. Si tratta di due fattori percepiti come un'ulteriore minaccia per la purezza del corpo. Si parla del Covid-19 e dei Social Network. Il Covid-19 ha apportato molti cambiamenti sotto diversi punti di vista. Nelle riviste viene percepito come un fattore di rischio oltre che per la malattia di per sé, anche per i limiti che ha imposto alla libertà di movimento e socializzazione. In For Men Magazine se ne parla spesso nelle sezioni dedicate alla psicologia:

Papà mi spieghi cos'è la pandemia? Anche i più piccoli soffrono l'isolamento, sono più irritabili, ansiosi e dormono male, a tu puoi fare tanto per aiutarli! (n 219 maggio 2021, p. 18)

Spesso anche il Covid viene inserito nella tipica narrazione della sfida. La pandemia proposta e vista come un ostacolo da superare e vincere.

“La pandemia mi ha reso più forte!”

For Men Magazine ha selezionato le storie di 10 lettori che hanno raccontato come il Covid sia stato per loro l'occasione di dare una svolta importante alla propria vita. La pandemia ha causato disagi e problemi a non finire: il lavoro e la salute, fisica e mentale, sono stati gli aspetti più colpiti. Ma, tra tante cose negative, loro hanno trovato invece un nuovo inizio tanto che, oggi, hanno quasi paura di tornare a una vita normale. (n. 220 giugno 2021, p. 60)

Il secondo fattore di novità sono i Social network e le nuove tecnologie. Sono un tema ancora molto dibattuto di cui si discutono ancora i pro e i contro sia in For Men Magazine che Men's Health.

Orologi braccialetti e app. Indispensabili per il fitness o schiavitù?

Hanno reso l'allenamento più facile e le informazioni sulla salute più accessibili. E grazie a loro in tanti si sono sentiti motivati ad adottare stili di vita più sani. Ma c'è anche un rovescio della medaglia: il monitoraggio costante del proprio corpo rischia di scatenare ansie e paure ingiustificate... (For Men Magazine, n. 229 marzo 2022, p. 82)

La forza positiva dei social

I pericoli dei social media sono ben noti, dall'erosione lenta ma costante dell'autostima (e del proprio tempo libero) alla manipolazione della mente. Nessuno parla invece dei suoi lati positivi. Se usati saggiamente, infatti, possono

essere un luogo di incontro e di scambio di idee in un'epoca in cui la socialità è ridotta al lumicino. Oggi per incontrare gli amici ti basta uno smartphone... (Men's Health, n. 225 aprile/maggio 2021, p. 72)

3.2.2 Lo sport

Talvolta nei periodici maschili la medicalizzazione del corpo si traduce in medicalizzazione del corpo maschile sportivo. Lo sport, sempre mostrato praticato attivamente, gioca un ruolo di primaria importanza anche nella costruzione sociale della maschilità. In particolare, nel mantenimento delle maschilità egemoni. Al corpo atletico vengono associati valori morali e tratti caratteriali positivi come la disciplina e l'autocontrollo. Mentre la grassezza viene raccontata come un fallimento della volontà e del carattere (Amy Erdman Farrel, 2020).

Un tempo la medicalizzazione del corpo sportivo malato veniva declinata nell'esperienza delle star del calcio. In particolare, For Men Magazine utilizzava le figure dei calciatori più popolari per parlare di come si vincono le malattie. Si trattava di una serie di schede simili a figurine, ognuna dedicata ad un atleta diverso che si soffermava sul tipo di malattia o problema che aveva affrontato e superato. Alla fine della scheda, si trovava una breve parte dedicata alla prevenzione della malattia in questione. Mostrando dunque il rapporto tra atleta e malattia veniva messo in evidenza un modello di maschilità in crisi, non necessariamente egemone. Questo soprattutto poiché venivano mostrati malesseri oltre che fisici, anche morali cioè legati a debolezze personali e mancanza di disciplina come potevano essere i problemi legati all'alcolismo, alla depressione, allo stress, ecc.

Oggi invece gli atleti mostrati non sono più esclusivamente calciatori, ma campioni specializzati ogni volta in uno sport diverso (judo, crossFit, kickboxing, ecc). Atleti professionisti hanno in entrambe le riviste uno spazio in cui condividono la propria routine, l'allenamento e il regime alimentare personale. Nel caso di For Men Magazine si tratta della sezione "Uomo cover", in cui vengono fatte delle interviste all'atleta del mese. Le domande toccano sempre gli stessi argomenti: l'alimentazione, il tipo di allenamento, la routine, come vengono vissuti gli "sgarri"

nella dieta, e come i fallimenti, qual è il sogno nel cassetto, ecc. Benché gli sportivi siano sempre diversi, l'impostazione e la declinazione delle loro risposte è molto simile. Sono tutti uomini e poi atleti, che si impegnano al massimo in quello che fanno, mangiano sano concedendosi di tanto in tanto uno "sfizio" (chi la pasta, chi i dolci...), sono concentrati e determinati, ed il fallimento non è contemplato ma se capita si rialzano più forti e determinati di prima.

È evidente la dimensione performativa della maschilità. Nella sezione Uomo cover in particolare, l'atleta mostrandosi deve "vendere" il suo stile di vita come quello ideale poiché funziona e lui ne è la prova. Vengono sempre messi in evidenza gli imprevisti che hanno reso il percorso tortuoso ma che l'atleta ha superato. Egli vince così sfida soprattutto perché non è stato un percorso semplice ed ha fatto sacrifici per arrivare dov'è ora. Il mostrare i risultati ottenuti (non solo fisicamente) nonostante il percorso complicato e le sconfitte, significa aggiungere valore i risultati ottenuti. Significa essere un Uomo con la U maiuscola, che ha il carattere e la testa per ottenere tutto ciò che vuole. Attraverso il racconto personale del campione del mese, dunque, si permette al lettore di identificarsi nella loro storia e pensare che essere Uomini vincenti sia alla portata di tutti.



LA MIA GIORNATA SUL RING

Di solito mi sveglio verso le 8.00 e faccio colazione con 3 fette di biscottate spalmate di marmellata, integrando con vitamine e uno shaker di proteine. Mi alleno insieme a mio fratello Armen che combatte come me e ha ben chiari i sacrifici che si devono fare per questo sport. Al mattino si lavora con pesi e bilancieri, il pomeriggio, invece, è dedicato alla tecnica. Pranzo verso le 12.30 con riso e pollo e, dopo un po' di riposo, si torna a lavorare con il sacco, a coppie o provando varie combinazioni contro i colpitori imbottiti. In palestra mi alleno ma insegno anche ad adulti e bambini. Il mio futuro è lì, in palestra ad allenare. Di solito ceno alle 21.00 con patate, pesce o pollo, e verdure. E poi, a letto! Dopo una giornata così, non ho forza per fare nient'altro.

“ Non sarei arrivato al top se avessi avuto una vita facile! ”

Figura 6, For Men Magazine, n. 229, marzo 2022, p. 37

Anche Men's Health riporta un'intervista all'uomo cover, ma la conversazione sembra meno pilotata, poiché le risposte sono più lunghe e articolate. Le domande sembrano più personalizzate e adattate alla figura che si trovano davanti. Anche in questa rivista l'atleta in questione consiglia il proprio tipo di allenamento.

Entrambi i periodici, For Men Magazine nella sezione Fitness e Men's Health nella sezione MH Body, propongono degli esercizi di cui viene mostrata l'esecuzione. For Men Magazine lo fa attraverso delle rappresentazioni grafiche di uomini. Men's Health invece, propone delle foto di un uomo che esegue gli esercizi all'interno della palestra. Le foto sono più esplicative poiché per ogni esercizio ne sono inserite due, mostrando il movimento in divenire. I Workout proposti da Men's Health, più numerosi e vari, sono anche più attenti all'individuo e ai diversi tipi di preparazione atletica. Vengono infatti, inserite delle alternative facilitate o complicate in base al livello personale di partenza.

Il segreto per migliorare sempre di più è andare al tuo ritmo. Usa una matrice per capire quali sono i movimenti ottimali per te. (n. 225 aprile/maggio 2021, p 21)

Inoltre, dalle parole qui sotto riportate, tratte da Men's Health, si percepisce come l'obiettivo del movimento sia ottenere un corpo funzionale e pronto a fare di tutto nella vita, non riducendolo al mero aspetto fisico.

Workout 1. Magro per sempre

[...] le semplici mosse di cui è composto sono progettate per farti muovere e per costruire un corpo forte, flessibile e in forma per gestire le difficoltà della vita quotidiana. (n. 225 aprile/maggio 2021, p. 17)

Al contrario For Men Magazine non prende in considerazione delle varianti facilitate dell'esercizio. Il livello da raggiungere è uno e bisogna riuscire ad ottenere quello. C'è poco – se non, per nulla – spazio alle alternative o alle variabili che entrano in gioco nella vita degli individui. L'obiettivo è riuscire a raggiungere quel risultato univoco per tutti gli uomini senza tenere conto dell'età, del peso, della scheda clinica individuale e di molti altri fattori che entrano in gioco. Tutto si sviluppa partendo dal desiderio, divenuto bisogno intrinseco, di performare.

A inizi anni duemila gli esercizi proposti da Men's Health e For Men Magazine erano previsti in schede pronte da staccare dalla rivista e conservare. Esse erano accompagnate da un poster in regalo dove venivano mostrati i vari esercizi

attraverso immagini o fotografie. In particolare, Men's Health aveva una sezione dal nome "Total Body" che consisteva in una serie di schede da ritagliare e conservare. Ognuna affrontava ogni mese una parte diversa del corpo. Anche For Men Magazine in maniera simile, presentava una rubrica fissa chiamata "Pompa ferro" contenente una scheda staccabile e conservabile, dove venivano proposti degli esercizi ogni volta per una parte del corpo diversa e specifica. Si tratta di rubriche non più esistenti. Oggi gli esercizi vengono consigliati e proposti in maniera più completa e integrata per allenare ogni volta tutto il corpo. A inizi duemila, inoltre, era tipico proporre una "scommessa" sulla trasformazione in dodici settimane di un giovane corpulento in un uomo ideale. Durante questo periodo (che corrispondeva a tre pubblicazioni) veniva sempre aggiornata l'evoluzione del soggetto. Si trattava di una storia seriale narrata come una sfida, dando un appuntamento fisso ogni mese con cui il lettore si poteva allineare e impegnare insieme. Oggi anche questa scelta editoriale è stata abbandonata.

Per quanto riguarda la medicalizzazione del corpo sportivo all'interno delle riviste, sia nel passato che attualmente, viene fatto spesso riferimento all'attività sportiva come un'alleata perfetta per allenare contemporaneamente mente e corpo. In Men's Health questa dimensione viene ulteriormente declinata nell'attività outdoor. La natura infatti è perfetta per mettere alla prova la propria preparazione fisica, mentale e caratteriale. La natura è l'ambiente emblema della sfida per l'uomo:

Vertical limit sulle Dolomiti.

Le Dolomiti offrono le scalate più grandiose di tutta Europa. Neil Irwin mette alla prova il suo coraggio sui Monti Pallidi (n.225 aprile/maggio 2021, p. 2)

Il richiamo della natura. Con l'arrivo della bella stagione è difficile restare chiusi in casa. Tanto più che camminare nella natura fa bene al corpo e alla mente. (ib, p. 8)

Freeride, quel desiderio di natura totale

Dopo quasi due anni di stop totale, lo scii è ripartito con una consapevolezza nuova, il bisogno di vivere un contatto più stretto con la natura e di non abusare di lei. Il freeride e lo ski touring sono i motori di questa nuova rivoluzione. (n. 232 febbraio/marzo 2022, p. 30)

For Men Magazine quando porta l'attenzione al contatto con la natura, ancora una volta lo fa in una dimensione di fuga dallo stress e dalle ansie tendenzialmente generate dalla città e dal lavoro.

Surfando sul SUP remi lontano dallo stress e resti in forma! Un'attività sportiva rilassante facilissima da praticare. In piedi sulla tavola sviluppi equilibrio, tonifichi i muscoli e anche la tintarella ringrazia. (n. 220 giugno 2021, p. 15)

Meno stress su un aliante. Pilotando tra le nuvole e facendoti trasportare dal vento, sviluppo al massimo la concentrazione, i riflessi e la disciplina mentale. E guardi la vita da una prospettiva completamente diversa! (n. 229 marzo 2022, p. 13)

Anche a inizi anni duemila Boni parlava di medicalizzazione della città per indicare quei fattori che all'interno delle città minacciavano maggiormente la salute del maschio. Si parlava in particolare della disponibilità delle palestre e di spazi in cui poter fare esercizio fisico, di densità di piombo che si respira nell'aria, di disponibilità di piste ciclabili e così via. In un'ottica di viaggio e vacanza, dunque, venivano consigliati delle destinazioni e città che meglio potevano soddisfare le esigenze di un uomo sportivo.

3.2.3 L'alimentazione

Anche l'alimentazione è soggetta a varie forme di controllo da parte di un corpo progettuale. For Men Magazine rappresenta il cibo come un compito da monitorare o come una minaccia sempre pronta a tentare e a distrarre dal fisico-obiettivo. La

medicalizzazione del cibo si declina anche con un controllo clinico. Vengono analizzati i dati microfisici degli alimenti e le loro proprietà per valutarne la bontà o meno per la salute dell'uomo. Vediamo in “Magro&felice”:

Gomme e caramelle. Ma quante ne mangi? Una tira l'altra ma attento agli zuccheri e alle calorie (n. 219 maggio 2021, p. 24)

Gomme e caramelle MA QUANTE NE MANGI?

Una tira l'altra ma attento agli zuccheri e alle calorie



Con la consulenza della dott.ssa Monica Guglielmetti, dietista



MELISSA LIMONCELLA

►RICOLA
►2 x 50 g
►2,31 euro

►Il giudizio: caramelle a base di edulcoranti (dolcificanti) adatte anche a chi soffre di diabete. Non bisogna però eccedere nella loro assunzione per via dell'effetto



lassativo dei pollioli. Contengono solamente lo 0,3% di estratto di melissa e miscela di erbe.

CALORIE 235
per 100 g

CHEWING GUM WHITE

►MENTOS
►74 g ►2,99 euro

►Il giudizio: gomme da masticare con pollioli, il terzo ingrediente maggiormente rappresentato è il grasso di cocco, spesso proposto come alternativa sana ad altri grassi animali. In realtà è ricco di



acidi grassi saturi, il cui eccesso influenza negativamente la salute cardiovascolare.

CALORIE 169
per 100 g

ACTIV PLUS

►GOLIA
►46 g
►1,80 euro

►Il giudizio: contengono mentolo, presente nelle foglie di varie specie di menta o prodotto per via sintetica, noto per le proprietà antisettiche e per l'impiego come decongestinante nasale. Non contengono zuccheri ma pollioli.

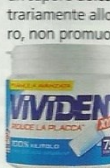


CALORIE 230
per 100 g

VIVIDENT XYLIT

►VIVIDENT
►104 g
►2,99 euro

►Il giudizio: nel nome del prodotto viene sottolineata la presenza di xilitolo, un polialcol presente naturalmente nel mondo vegetale. Lo xilitolo ha un sapore dolce ma, contrariamente allo zucchero, non promuove la formazione delle carie.



CALORIE 166
per 100 g

TIC TAC FRUITY MIX

►FERRERO
►18 g
►0,99 euro

►Il giudizio: hanno un alto contenuto di carboidrati e zuccheri, contengono spirulina, di cui sono stati vantati diversi benefici non ancora confermati dalle autorità scientifiche.

Leggere attentamente l'etichetta in casi di allergia ad alcuni frutti.



CALORIE 392
per 100 g

TIC TAC MENTA

►FERRERO
►49 g
►1,90 euro

►Il giudizio: confetti composti da zucchero aromatizzato alla menta. Presentano un alto contenuto di carboidrati e zucchero, per cui forniscono calorie. Un consumo



moderato però non incide sulla glicemia o sull'apporto calorico totale.

CALORIE 397
per 100 g

LIQUIRIZIA EXTRA FORTE

►SAILA
►2 x 36 g
►1,49 euro

►Il giudizio: non contengono zuccheri aggiunti, solo quelli della liquirizia. A chi soffre di ipertensione si consiglia di moderare il consumo, un eccesso



contribuisce ad aumentare ulteriormente la pressione arteriosa.

CALORIE 370
per 100 g

AIR ACTION

►VIGORSOL
►135 g
►4,89 euro

►Il giudizio: gomme da masticare note per la sensazione di grande freschezza che rilasciano. Non contengono zucchero, ma sono rese dolci grazie a edulcoranti.

Attenzione a non farne un consumo eccessivo, potrebbero avere effetti lassativi.



CALORIE 169
per 100 g

FIORI DI SAMBUCO

►RICOLA
►2 x 50 g
►2,31 euro

►Il giudizio: queste caramelle contengono lo 0,5% di estratti di fiori di sambuco (famoso per il suo effetto dissetante) e anche una miscela di 13 erbe. Non contengono



zuccheri ma edulcoranti naturali, tra questi la stevia.

CALORIE 238
per 100 g

CLASSICHE AL MIELE

►AMBROSOLI
►135 g
►1,49 euro

►Il giudizio: sono spesso consumate quando si ha mal di gola o la tosse, per via delle notevoli capacità antibatteriche del miele. Tuttavia sono ricche di zuccheri e calorie, perciò vanno consumate in piccole quantità (1-2 confetti) e solo saltuariamente.



CALORIE 377
per 100 g

Figura 7, For Men Magazine, n. 219, maggio 2021, p. 24

A chi non piacciono i formaggi? Freschi oppure stagionati, sono ricchi di calcio ma anche di grassi. Quindi... moderazione! (n.228 febbraio 2022, p. 22)

Alcuni esempi da Men's Health:

11 cibi alleati del sistema immunitario. Alcuni alimenti possono aiutare a combattere raffreddore e influenza. Scopri quali... (n. 232 febbraio/marzo 2022, p. 14)

Ancora, Men's Health indica spesso le caratteristiche principali di alcuni alimenti selezionati spiegando come meglio abbinarli in cucina. Di frequente vengono proposte delle ricette complete dal punto di vista nutrizionale, e allo stesso tempo facili e veloci da replicare.

Proteine facili. Ricchi di sostanze nutritive, il tonno, le sardine e il salmone sono un ottimo modo per fare il pieno di proteine. Qualsiasi siano i tuoi obiettivi nutrizionali aiuta il corpo e la mente con questi piatti nutrienti e veloci da preparare (n. 225 aprile/maggio 2021, p. 34)

For Men Magazine fa spesso associazioni tra una vivanda e la necessità personale di risolvere un “problema”. Vediamo alcuni casi nella sezione Food:

Una pizza può salvarti la vita! (fa bene al cuore e...)

Che fosse buona non dovevamo certo dirtelo noi ma da oggi hai una scusa in più per mangiarla: fa bene alla salute! A seconda degli ingredienti che scegli di metterci sopra infatti, puoi ottenere un'ampia serie di benefici senza per questo far salire le calorie (n. 229 marzo 2022, p. 42)

RAFFORZA LE OSSA CON LA PIZZA AI FORMAGGI

Con la varietà straordinaria di formaggi che abbiamo noi, non c'è che l'imbarazzo della scelta: mozzarella, gorgonzola, provola, scamorza, fontina, Emmental, pecorino, Parmigiano... Decidi tu se orientarti sui sapori più forti o delicati, stando comunque attento a **non usare troppi formaggi freschi, che "bagnerebbero" la pasta.**

I formaggi, si sa, vengono spesso demonizzati, accusati di far alzare il colesterolo. In realtà, basterebbe sceglierli di qualità e non esagerare con le dosi. Ovviamente il contenuto di grassi e vitamine varia a seconda del tipo, ma in generale si può dire che tutti siano molto energetici e ricchi di proteine ad alto valore biologico.

Il buon contenuto di calcio lo rende un alimento spesso raccomandato in età più che adulta per rafforzare le ossa e prevenire l'osteoporosi; non solo, il calcio che non finisce nelle ossa va in circolo nell'organismo, dove porta benefici alla coagulazione del sangue, alla pressione e alla contrazione muscolare.

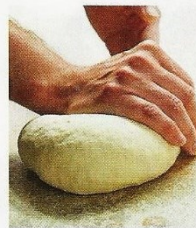
**Circa
330 calorie
a persona
per 100 g**

Falla tu! Buona come in pizzeria

Poche regole, piccoli trucchi, ottimi ingredienti. E tutto qui, se vuoi preparare una pizza che sorprenderà tutti. Sottile ma nello stesso morbida, leggermente croccante sul fondo, saporita, profumata, leggera e digeribile. Ecco come preparare l'impasto. Poi... vai avanti tu.



1 Gli ingredienti per 2 persone: 500 grammi di farina, 2,5 decilitri di acqua, 15 g di lievito di birra, 20 g di olio e sale. Sciogli il lievito di birra fresco in un po' d'acqua tiepida.



2 Su un piano di lavoro leggermente infarinato, unisci la farina, il lievito e un po' per volta l'acqua, infine un cucchiaino di sale. Impasta con energia finché il composto non risulta omogeneo e senza grumi. E, ovviamente, non si attacca alle mani.

Figura 8, For Men Magazine, n. 229, marzo 2022, p. 44

A inizi anni duemila molti mensili, tra cui Fox Uomo - rivista di cui questa indagine non si occupa—, trattano la medicalizzazione delle star del calcio anche dal punto di vista dell'alimentazione. Viene riportato il regime dietetico cui sono sottoposti i giocatori delle grandi squadre del campionato italiano, concentrandosi sui principali

macronutrienti (carboidrati, grassi e proteine) e su ciò che è severamente vietato (alcol). Oggi i calciatori non rappresentano più una figura di riferimento così importante per cui viene riportata l'esperienza alimentare di altri sportivi.

Come nello sport, anche il cibo è soggetto alla retorica della velocità e performatività. Su questo punto, infatti, col tempo non è cambiato nulla. Nonostante il cibo venga spesso mostrato come una minaccia che può mettere in pericolo la forma, dai periodici emerge la facilità con cui è possibile mantenere il fisico o addirittura seguire un regime alimentare senza però troppi sforzi o privazioni. For Men Magazine, a partire dalla scelta delle immagini, propone tutti cibi invitanti e gustosi non tipicamente citati quando si parla di cibi sani, leggeri o di regime alimentare, ad insistere sul concetto che non è necessario fare tante rinunce. Anzi con l'aiuto del periodico è facile raggiungere l'obiettivo preposto quasi mangiando più del normale. Esempi da For Men Magazine:

La rivincita del maiale

Grassa e piena di colesterolo? No, la carne di maiale è ricchissima di proteine di alto valore biologico, vitamine e sali minerali. Ecco perché se la consumi con moderazione e limiti gli insaccati, non devi mai eliminarla dalla tavola! E poi, prova le nostre 8 ricette che ti tengono in forma senza farti rinunciare al gusto. (n.220 giugno 2021, p. 46)

Conserva la linea con le braciole al forno. Calorie 360 circa a persona (ib, p. 49)

Esempio da Men's Health:

6 ricette antistress

Il comfort food (quegli alimenti che mangi quando sei triste, depresso, ansioso per stare meglio) non deve per forza essere schifezze malsane per alleviare l'ansia e ridarti il buonumore. Questi piatti equilibrati e gustosi ti possono aiutare a stare meglio senza buttare al vento la salute (n. 225 aprile/maggio 2021, p. 50)

D'altra parte, però è sempre ben chiaro il tono di allerta che invita il lettore a fare attenzione a non esagerare. E ancora una volta è la parola dell'esperto – in questo caso nutrizionista – che aggiunge valore al contenuto dell'articolo. Molti alimenti vengono anche categorizzati dichiarando una netta divisione tra buoni e cattivi:

Grassi sì, grassi no. Da mangiare, da evitare

per chi vuole perdere peso sono la fonte di ogni male, ma sono guardati con sospetto un po' da tutti. Eppure, i grassi sono nutrienti fondamentali per farci “funzionare” bene. Il punto è che non sono tutti uguali. Alcuni vanno privilegiati, altri presi con le pinze, altri ancora... sono proprio da evitare. Conoscere la differenza tra “buoni” e “cattivi” ci aiuta a vivere in maniera più sana (n. 228 febbraio 2022, p. 70)

Ci sono alcuni alimenti che subiscono un trattamento clinico più di altri. Questi erano nel 2004 e sono ancora: la carne e la birra. La carne è alla base della maggior parte delle ricette proposte e delle diete argomentate.

Keto VS Paleo

Diete di grasso e di carne. Entrambe hanno i loro fan ma quale delle due è meglio per perdere grasso senza svuotare i muscoli? (n. 225 aprile/maggio 2021, p. 22)

La birra è da sempre associata allo stile di vita maschile. Oggi viene trattata specialmente da For Men Magazine:

Buona, fresca e dissetante, la birra è la bevanda degli dei! E se pensi che stiamo esagerando dovrai ricrederti: è un'ottima alleata in cucina, dove ti permette di realizzare ricette sorprendenti, ma può anche aiutarti nei lavori di bricolage, pulizia e giardinaggio. Un vero e proprio alimento che consumato responsabilmente contribuisce a migliorare anche la tua salute. Fatti una bella birra! (n. 219 maggio 2021, p. 80)

Chi beve birra (poca) campa 100 anni... non è solo buona e dissetante ma un vero e proprio elisir di lunga vita capace di proteggere il cuore, di rinforzare le ossa, ridurre il rischio di diabete e di calcoli renali e molto altro ancora. Ecco perché ti consigliamo di leggere questo articolo sorseggiando una birra fresca! (ib, p. 84)

3.2.4 Look e bellezza

Per quanto riguarda la moda, non è cambiato nulla. Ancora oggi, infatti, quando il controllo sul cibo e il regime ginnico non portano ai risultati sperati, entra in gioco la moda. Essa va in aiuto con trucchetti e consigli per camuffare alcune caratteristiche del corpo e metterne in risalto altre. Si tratta di una vera e propria messa in scena del corpo, poiché ci si impegna a mascherare quei “difetti” non perfettamente conformi con gli standard proposti dai periodici. In poche parole, la performatività in questo contesto si sviluppa sul concetto di partenza: il corpo appare sano perché appare snello. Viene trasmessa l’idea che la bellezza maschile sia un obiettivo raggiungibile sia attraverso la cura del proprio corpo che il consumo di beni e prodotti di bellezza specifici. Ancora oggi, soprattutto in For Men Magazine, le attenzioni dedicate alla bellezza e alla cura di sé sono declinate in un’ottica di medicalizzazione e di regime disciplinare.

A inizi anni duemila ogni periodico preso in analisi aveva una sezione dedicata alla moda e allo stile accompagnata da numerose inserzioni pubblicitarie. Oggi dei due periodici presi in considerazione solo For Men Magazine è rimasto fedele al format iniziale mantenendo la sezione fissa nominata “Men’s look”. In questa sezione si trova una rubrica fissa intitolata “Beauty” in cui vengono pubblicizzati e consigliati numerosi prodotti di bellezza che rispondono alle diverse esigenze. In particolare, si tratta sempre di prodotti specifici per il viso, la pelle, il contorno occhi, il corpo, i capelli, la barba e i profumi. Nello specifico i capelli e la barba sono fonte di grandi ansie e insicurezze per molti uomini poiché rappresentando una prima differenziazione simbolica tra i generi. La peluria, dunque, si carica di un importante valore intrinseco nella maschilità ed è chiaro il motivo per cui

rappresenta un tema centrale nelle problematiche relative all'aspetto estetico maschile nelle riviste.

Men's Health invece, avendo cambiato editore, ha apportato diverse modifiche, tra cui la scelta dei temi da trattare. Ora si incentra molto di più sulla vita all'aria aperta, il benessere e la dimensione del viaggio. La cura del corpo quindi, non è più un tema fisso a cui viene dedicato molto spazio, ma se ci sono articoli dedicati a prodotti beauty e per la cura si trovano nella sezione "MH Life".

Anche lo stile è molto importante perché rappresenta uno status symbol per l'uomo. Attraverso la scelta dell'abbigliamento egli può dare un'impressione differente di sé a chi si trova davanti. For Men Magazine sempre nella sezione "Men's look" a seconda dell'ipotetica occasione, crea degli abbinamenti di vestiti e accessori di cui mostra le foto accompagnandole da una breve descrizione con indicati i prezzi. Si vuole proporre dunque come una guida allo stile per ogni occasione.

Per te la città non ha segreti! L'esploratore urbano che è in te è pronto per nuove escursioni forte di un look funzionale che si sposa a capi minimal dalle tonalità terrose

L'eleganza del dandy. Stile raffinato, look eccentrico e aria molto compiaciuta: torna alla riscossa lo stile chic e un po' snob di chi non segue mai la massa

Quell'aria da bravo ragazzo... Con il suo piglio rassicurante, i suoi modi educati e il suo look minimale, talvolta ispirato allo stile college, il vero "good guy" non sbaglia mai un colpo (n. 219 maggio 2021, p. 94-96-98)

D'altra parte, Men's Health non dedicandosi a questi temi, riserva molto più spazio all'attrezzatura Hi-tech, declinata in ogni ambito della vita. L'uomo Men's Health, infatti, è un uomo sportivo sotto tutti i punti di vista. Gli articoli pubblicizzati e recensiti più frequentemente quindi, sono sia articoli sportivi specifici per alcune attività sportive, sia articoli che vogliono soddisfare i bisogni di tutti i giorni. Un esempio dal n.232. febbraio/marzo 2022:

Aria di sport. È tempo di uscire dal letargo invernale! Le giornate si fanno più calde e soprattutto più lunghe: dal trekking all'allenamento outdoor, dalla mountain bike alle ultime discese con gli scii. Lasciati ispirare dai nostri consigli di shopping e scegli la tua prossima avventura. (p. 40)

In questo caso gli articoli proposti sono tutti tecnici: E-bike Giant, occhiali da sole Julbo Montblanco 2.0, casco integrale MET Parachute, zaino Glade 12, scarpa da trekking Mammut, maglia termica LB9, occhialini open water Acquasphere, maglia e pantaloni Rock Experience Animus e Aeris.

3.3 Il corpo relazionale

3.3.1 La donna

Parlando di corpo relazionale si fa riferimento a tutte quelle dinamiche e modalità che entrano in gioco quando l'uomo si relaziona con l'esterno. Ci si soffermerà in particolare sulla sessualità, il rapporto con altri uomini e la comunità. For Men Magazine tra le due riviste analizzate, è l'unica che inserisce la figura femminile al suo interno per cui analizzando questo tema, Men's Health non verrà presa in considerazione.

I modelli di maschilità sono dominanti anche per quanto riguarda la rappresentazione della sessualità – esclusivamente eterosessuale –, rimarcata all'interno dei men's magazines con numerose marche discorsive, testuali e visive. La maschilità eterosessuale si definisce soprattutto attraverso la dichiarazione esplicita di ciò che non è, ovvero omosessuale e femminile. Spesso da prova di sé adottando mezzi e modalità omofobe nel dimostrare la totale repulsione verso quegli atteggiamenti e orientamenti. Nonostante For Men Magazine mostri ripetutamente già a partire dalla copertina, la figura maschile di un giovane a torso nudo, viene reso subito ben chiaro dal pin-up soft-porn raffigurante una donna, quali sono gli interessi degli uomini For Men. Il pin-up fa riferimento alla sezione "La più bella del mese" che in ogni pubblicazione è dedicata ad una donna diversa presentata sempre attraverso la provenienza e la professione, elementi che hanno

come obiettivo incentivare le fantasie sessuali maschili. Ne viene poi riportata un'intervista e qualche foto provocante. Rispetto al 2004 non ci sono grandi differenze. La rubrica un tempo si chiamava "Così per sport" ma le modalità espressive e rappresentative della donna sono rimaste le stesse.

Thamara Brandao. È brasiliana la maestra d'asilo più sexy del mondo (n. 219 maggio 2021, copertina)

Giulia Cabez. La barbie triestina che ha fatto scoppiare il web (n. 220 giugno 2021, copertina)

La sexy Miss Brasile è sbarcata in Italia (n. 228 febbraio 2022, copertina)

Al di fuori di questo ruolo, la donna non ha molto spazio nel mensile. Solo l'esperta (sessuologa o psicologa) nella sezione "Ascolta una donna" o in "Sesso & coppia", ha voce per dare consigli e condividere il proprio sguardo femminile sulla questione. Attraverso la parola dell'esperta, dunque, si entra nel retroscena del mondo femminile. È evidente come la divisione tra mondo maschile e femminile sia ancora molto forte, così come l'incapacità di comunicare direttamente con l'altro sesso, visto spesso come un'entità Altra da sé e incomprensibile. Spesso la figura della donna è vista come un limite o un impedimento nella realizzazione dei propri obiettivi e progetti personali, come può essere nel caso che segue, il raggiungimento di una certa forma fisica:

Camminare in coppia? Ti rallenta

Se hai l'abitudine di camminare mano nella mano con la tua compagna, sappi che il tuo romanticismo ti rallenta compromettendo l'attività fisica [...] (For Men Magazine, n. 219 maggio 2021, p. 20)

3.3.2 La sessualità

Boni (2004) parla della sessualità per l'uomo come di un fattore intrinseco nel suo corpo, capace di definirlo. Individua due logiche diverse con cui i periodici trattavano il tema della sessualità e del corpo. La prima consisteva in una modalità di distacco dal proprio corpo. Gli organi sessuali maschili venivano considerati come degli strumenti per il piacere sessuale. Venivano fatti spesso confronti con le armi e le macchine, trasformando nell'immaginario il corpo in una macchina del sesso sempre pronta alla performance. La seconda logica invece, implicava un approccio più clinico costituito da un continuo monitoraggio della vita sessuale. Il ricorso alla scienza era spinto da una necessità di consolazione e rassicurazione su ciò che è normale. La medicalizzazione della sessualità coinvolgeva aspetti sia fisici che psicologici. In special modo si parlava spesso di medicalizzazione della masturbazione, medicalizzazione della "cilecca" e medicalizzazione dell'eiaculazione precoce nelle rubriche in cui veniva dato spazio alla sessuologa o psicologa.

Oggi non è cambiato molto. Dalle domande poste nelle apposite sezioni e rubriche, ma anche dagli articoli scritti sul tema, è possibile fare delle constatazioni. Da un lato l'uomo pone una serie di domande che richiamano la sessualità immaginata e che appunto grazie alla figura femminile dell'esperta, possono avere una risposta per comprendere il punto di vista femminile su questioni ancora molto tabù:

Il mio sogno nel cassetto? Prendere parte a un'orgia dove sono l'unico uomo presente. Le sembra normale? (n. 219 maggio 2021, p. 34)

Mi piace fare sesso in posti in cui potrei essere visto, ma non riesco a soddisfare questa fantasia molto spesso perché la cosa difficilmente viene condivisa dalle mie partner. Le sembra una fantasia "malata"? (n. 229 marzo 2022, p. 32)

D'altro lato emergono molte insicurezze e preoccupazioni maschili circa il sesso e la sessualità che emergevano già nei primi anni duemila.

Dimensioni, durata, frequenza, preliminari... 30 miti da sfatare (n. 228 febbraio 2022, p. 48)

3.3.3 La comunità degli uomini

Oggi come nelle prime pubblicazioni, il tema dell'amicizia non viene quasi mai preso in considerazione dai men's lifestyle magazine. Tuttavia, il linguaggio adottato, specialmente in For Men Magazine, è ironico e confidenziale. La rivista, infatti, si propone come un amico vicario (Boni 2004) o un fratello maggiore che insegna a fare alcune cose e dispensa consigli su altre. Il tono di voce spesso così ironico vuole creare un'atmosfera informale e colloquiale come tra vecchi amici ritrovati, ed è evidente specialmente nella sezione "Gli esperti rispondono alle domande" in cui il team della redazione instaura un rapporto quasi diretto nel rispondere alle domande dei lettori.

Voglio comprarmi una giacca a vento. Di che cosa sono fatte le più calde?

Di pelle di licorno ma è dai tempi di Noè che non se ne vedono... (n. 228 febbraio 2022, p. 10)

Tra i tanti tè in commercio, è vero che il migliore è quello verde? È come per il semaforo: verde ok, rosso stop! (ib.)

Nonostante il tono amichevole però, spesso si riscontra una dinamica di performatività e messa in scena nel rapporto tra gli uomini. Nella pubblicazione n.219 di maggio 2021, nella sezione Fitness, è presente un articolo intitolato: "18 errori da non fare quando ti alleni". Tra questi consigli, in particolare il quattordicesimo afferma:

14. Non lasciare cadere i pesi

Se lasci cadere i pesi invece di accompagnarli non solo fai baccano ma, a seconda di dove ti trovi, hai due tipologie di problema: in palestra, tutti capiscono che non ce la fai a reggere lo sforzo, mentre, a casa, rischi di spaccare il pavimento. (p. 82)

È evidente come gli uomini siano sempre in competizione tra loro, si osservino e facciano paragoni, come in questo caso, sulla base di come gestiscono lo sforzo in palestra. All'interno della stessa comunità maschile c'è un forte giudizio e bisogno di mostrarsi sempre prestanti e performanti. Anche l'ambiente della palestra, quindi, è un luogo in cui l'uomo deve dare prova di sé e in cui non è ammesso il fallimento. Bisogna sempre dimostrare qualcosa: essere abbastanza uomini.

Men's Health invece, non lascia emergere quest'ansia nella prestazione che si traduce in un confronto competitivo. Gli articoli proposti consistono spesso nella condivisione dell'esperienza personale degli atleti, che si raccontano, non tanto per vantarsi dei risultati ma piuttosto per raccontare, consigliare e d'essere d'ispirazione.

Da un lato For Man Magazine si pone nei confronti dei lettori come un amico o fratello maggiore che guida, creando una comunità. Un Noi costituito dai lettori e dalla redazione posti allo stesso livello, che si avvalgono degli esperti esterni per trattare temi più approfonditi e seri. D'altro lato Men's Health pur instaurando un rapporto di fiducia e amicizia con i lettori, mantiene una certa distanza e formalità date dalla modalità di divulgazione. Cioè si vede la redazione costituita di per sé da esperti e divulgatori specializzati nelle varie materie di interesse, per cui gli articoli risultano spesso avere una struttura e costruzione scientifica che suggerisce serietà e formalità. L'intenzione è evidentemente informare nel modo più completo possibile, non proponendo i contenuti sottoforma di "pillole" di curiosità come invece fa For Men Magazine.

Conclusioni

Il femminismo nasce con la lotta (non violenta) femminile contro il patriarcato per la conquista dei diritti e libertà negati. Oggi però si parla di femminismi al plurale e si intende un'azione di decostruzione che va oltre l'ambito esclusivamente femminile poiché è un sistema che pesa su tutte e tutti. Gli uomini, infatti, non vengono risparmiati da questi meccanismi. Il potere e il privilegio che grazie al patriarcato è nelle loro mani ha un prezzo molto alto, nonostante non sia così evidente come quello delle donne.

Si è visto come i media – in questo caso di massa – contribuiscano alla riproduzione e normalizzazione di norme sociali, ma è emerso anche, che rappresentano l'ultima fase in cui si esprime o manifesta un cambiamento, in quanto riflesso del mutamento sociale partito in primis dall'educazione e dalla socializzazione nell'infanzia. Quando si parla di cambiamenti sociali, dunque, va tenuto a mente che è necessario molto lavoro sociale e ambientale, i cui risultati emergeranno in una prospettiva generazionale lontana da quella presente.

In questo studio si è cercato di osservare il modo in cui i periodici maschili, nello specifico For Men Magazine e Men's Health, contribuiscono alla produzione e legittimazione di specifici valori e norme sociali, nel particolare, della maschilità. Partendo dal libro "Men's Help. Socializzazione dei periodici maschili" (Boni, 2004), sono stati individuati dei concetti chiave fondamentali, inizialmente volti a guidare le osservazioni sulle riviste, ed infine a una più completa comprensione della rappresentazione della maschilità.

Paragonando le conclusioni elaborate da Boni (2004) con quelle dedotte alla fine di questo studio basato sui medesimi mensili ma quasi vent'anni più tardi, è chiaro come la maschilità rappresentata sia ancora prettamente quella egemone. Quindi, si parla ancora di una maschilità univoca, al singolare.

For Men Magazine ha dimostrato di aver apportato alcune modifiche ma limitate principalmente all'organizzazione stilistica e grafica delle sezioni o rubriche. Mentre la retorica, le immagini, i temi affrontati e le modalità, sono rimaste pressoché le stesse del 2004. Un cambiamento radicale invece, è stato osservato in Men's Health. Rinnovamento che però, sembra essere più il risultato del passaggio da un editore all'altro avvenuto nel 2013, che ne ha conferito un altro carattere e personalità, piuttosto che il frutto di un'evoluzione dal punto di vista della consapevolezza e fuoriuscita dai cardini performativi e rappresentativi di una maschilità tossica.

In generale il corpo è ancora percepito e vissuto come un luogo-oggetto su cui si riversano tutte le ansie e preoccupazioni nei confronti del mondo, delle relazioni e della società. Su di esso, dunque, si praticano ancora numerosi e continui processi di auto-medicalizzazione volti a controllare le variabili e fattori esterni percepiti come una minaccia per la purezza del corpo. Si parla del cibo, del fitness, del beauty, dello stile, delle donne e della sessualità.

La decostruzione delle norme sociali e dunque i mutamenti sociali non avvengono rapidamente, motivo per il quale non stupisce il fatto che, nonostante la maggiore attenzione e sensibilità nei confronti di temi e questioni femministe volte all'uguaglianza, in poco più di vent'anni la comunicazione dei men's lifestyle magazines non sia mutata quasi per nulla.

Bibliografia

Abbatecola E., Stagi L. (2019), *Pink is the new black. Stereotipi di genere nella scuola dell'infanzia*, Rosenberg & Sellier, Torino.

Bellassai S. (2004), *La mascolinità contemporanea*, Carocci, Roma.

Bellassai S. (2011), *L'invenzione della virilità. Politica e immaginario maschile nell'Italia contemporanea*, Carocci, Roma.

Biemmi I., (2017), *Educazione sessista. Stereotipi di genere nei libri delle elementari*, Rosenberg & Sellier, Torino.

Boni F. (2004), *Men's help. Sociologia dei periodici maschili*, Meltemi, Roma.

Bourdieu P. (2014), *Il dominio maschile*, Feltrinelli, Milano.

Busoni M. (2000), *Genere, sesso, cultura. Uno sguardo antropologico*, Carocci, Roma.

Butler J. (2006), *La disfatta del genere*, Meltemi, Milano.

Butler J. (2013), *Questioni di genere. Il femminismo e la sovversione dell'identità*, Laterza, Roma-Bari.

Colamedici A., Gangitano M. (2020), *La società della performance. Come uscire dalla caverna*, Tlon, Roma.

Connell R.W. (1996), *Maschilità. Identità e trasformazioni del maschio occidentale*, Feltrinelli, Milano.

Connell R.W. (2005), *Masculinities*, University of California press, Los Angeles.

Craig S. (1992), *Men, masculinity and the Media*, Sage Publications, Londra.

- Eco U. (1971), *Le forme del contenuto*, Bompiani, Milano.
- Eco U. (1973), *Segno, Enciclopedia filosofica*, ISEDI, Milano.
- Erdman Farrell E. (2020), *Fat shame. Lo stigma del corpo grasso*, Tlon, Roma.
- Gasparrini L. (2020), *Perchè il femminismo serve anche agli uomini*, Eris edizioni, Torino.
- Gasparrini L. (2019), *Non sono sessista ma... Il sessismo nel linguaggio contemporaneo*, Tlon, Roma.
- Gasparrini L. (2020), *Diventare uomini. Relazioni maschili senza oppressioni*, Settenove, Cagli.
- Gelli B. (2009), *Psicologia della differenza di genere. Soggettività femminili tra vecchi pregiudizi e nuova cultura*, Franco Angeli, Milano.
- Héritier F. (2006), *Maschile e femminile. Il pensiero della differenza*, Laterza, Bari.
- Hines S. (2021), *Il genere è fluido? Libri di base per il XXI secolo*, Nutrimenti, Roma.
- Leonelli S. (2011), *La pedagogia di genere in Italia: dall'uguaglianza alla complessificazione*, Alma mater studiorum- Università di Bologna.
- Pavolini G. (1982), *Sociologia dei Mass-Media*, Montefeltro Edizioni, Urbino.
- Piccone Stella S., Saraceno C. (1996), *Genere. La costruzione sociale del femminile e maschile*, Il Mulino, Bologna.
- Riva C. (2012), *Disturbi alimentari e immagine del corpo: la narrazione dei media*, Guerini Scientifica, Milano.
- Ruspini E. (2021), *Identità di genere*, Carocci, Roma.

Vagnoli C. (2021), *Maledetta sfortuna. Vedere, riconoscere e rifiutare la violenza di genere*, Fabbri editori, Milano.

Sitografia

<http://dati.istat.it/Index.aspx?QueryId=26428#>

https://en.wikipedia.org/wiki/Men%27s_Health

https://it.wikipedia.org/wiki/For_Men

<https://it.thpanorama.com/blog/cultura-general/las-7-partes-de-una-revista-principales.html>

https://it.wikipedia.org/wiki/Men%27s_Health

<https://ontologismi.wordpress.com/2015/09/02/che-cosa-sono-gli-studi-di-genere-e-che-cosa-si-intende-per-gender-theories/>

<https://www.agerecontra.it/2014/10/la-svezia-in-prima-fila-nella-promozione-del-gender-diktat/>

<https://www.cairoeditore.it/men-magazine/men-magazine-n-208-giugno-2020/66422>

http://www.jeongmeeyoon.com/aw_pinkblue.htm

<https://www.treccani.it/vocabolario/intersessualita/>

<https://www.treccani.it/vocabolario/mascolinita/>

<https://it.wikipedia.org/wiki/Intersessualit%C3%A0>

<https://www.lacomunicazione.it/voce/metodologia-della-ricerca/>

https://www.youtube.com/watch?v=TKBybzy_Ric

<https://www.youtube.com/watch?v=Tl0zR8ML0as>

<https://www.youtube.com/watch?v=n9t7uKfL6Qc&t=1825s>

<https://www.youtube.com/watch?v=4sPj8HhbwHs&t=690s>

<https://www.youtube.com/watch?v=0P2BgVOFxZU>

<https://www.stateofmind.it/2015/11/vigoressia-corpo-maschilita/>

<https://www.zinio.com/it/recent-issues/men-s-health-m6977>

Ringraziamenti

Al termine di questo tortuoso ma emozionante percorso mi sento di fare dei sentiti ringraziamenti. In primo luogo, al mio relatore Prof. Riva Claudio per la disponibilità e la cura che mette nel proprio lavoro; per essere stato un insegnante appassionato e avermi fatto interessare alla sociologia.

Alla mia famiglia, che mi ha sempre lasciato le libertà di cui avevo bisogno senza però farmi mai sentire sola, in questo percorso come nella vita.

Alle mie amiche di uni Asia, Giulia, Lindi, Sofia con cui ho condiviso i primi anni di vita universitaria. E alle amiche di una vita Aniess, Cami, Elisa, Isi, Meri e Giulia che hanno sempre il sapore di Casa.

E a Padova che mi ha fatto il regalo più grande: l'amicizia pura e spontanea di Glori e la scoperta in lei di una seconda Sorella.