

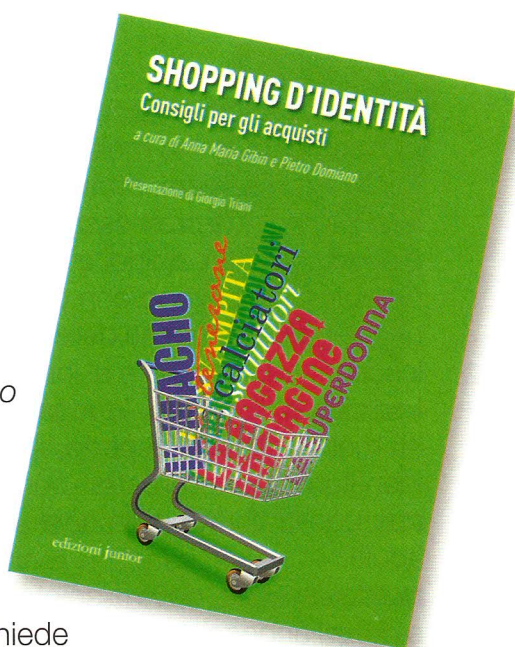
# LETTO PER VOI

a cura di Gabriella Giani Rotelli

## SHOPPING D'IDENTITÀ Consigli per gli acquisti

A cura di Anna Maria Gibin e Pietro Domiano

Edizioni Junio, 2012



Il ruolo di educatore, sia esercitato dai genitori che da altre figure parentali o da insegnanti, sempre difficile e complesso, richiede oggi sforzi ulteriori per i mutamenti occorsi sia all'interno della famiglia che della società.

Dalla famiglia tradizionale-normativa si è passati a quella affettiva, dove prevale l'idea che i figli debbano crescere felici. Lo sguardo è rivolto verso il successo sociale e il timore più grande è quello di non riuscire ad esprimere i propri talenti, a realizzarsi.

Nella società odierna i media hanno assunto una funzione educativa sempre più rilevante, che si affianca ma spesso sostituisce quella delle agenzie formative tradizionali (famiglia e scuola). Come nel contesto familiare le norme e i valori vengono appresi attraverso la loro continua enunciazione ed esplicazione, così i messaggi che i media trasmettono suonano alle orecchie degli ascoltatori come affidabili e da seguire, in quanto conseguenza della ripetitività con cui vengono proposti, rendendo inoltre chi li emette una figura autorevole.

Il libro *Shopping d'identità. Consigli per gli acquisti*, curato da due psicologi che da parecchi anni si occupano di disturbi del comportamento alimentare, affronta, con un linguaggio semplice e fruibile da tutti, il tema dell'impatto sui giovani delle migliaia di spot che quotidianamente bersagliano ognuno di noi attraverso televisione, computer o qualunque altro strumento di comunicazione.

In un'epoca storica in cui la comunicazione avviene prevalentemente attraverso l'utilizzo dell'immagine, il mondo della pubblicità trasmette alle persone assieme agli inviti all'acquisto di un determinato prodotto, anche valori, comportamenti, stili di vita della società attuale, modelli identitari.



pag. 41

