



# Barbie

*Icona  
di Plastica*



Tesina 2009

Argomento: Barbie, icona di Plastica

n\_Pag: 19

Castellana Simona



## INDICE

- ECONOMIA: da Pag.1 a Pag.6 -

- \_ Il business della chirurgia estetica
- \_ I finanziamenti per salute e bellezza
- \_ Il prodotto interno lordo
- \_ Strategia marketing focalizzata su spot televisivi
- \_ Indice di penetrazione sul mercato.

- SPAGNOLO: Pag\_ 7/8 -

- \_ La Barbie Spagnola
- \_ Tradizioni dell'Andalucia
- \_ Il flamenco

- STORIA: Pag\_9/11 -

- \_ Caratteristiche fisiche ariane di Barbie
- \_ Ideologia hitleriana di razza perfetta
- \_ Barbie come rappresentante del movimento femminista
- \_ Barbie come simbolo del "decadente" occidente
- \_ Fulla, la Barbie islamica

- INGLESE: Da Pag\_13 a Pag\_15 -

- \_ Oscar Wilde , "Il ritratto di Dorian Gray"

- FRANCESE: Da Pag\_16 a Pag\_18 -

- \_ La Second life di Barbie
- \_ Concetto di ricreazione del mondo virtuale
- \_ Joris - Karl Huysmans, "A' Rebous"

# Barbie

# Introduzione

Immersi nella società dell'immagine, da sempre continuiamo ad esser schiavi della bellezza e sottoposti a servirla, a volte, anche al caro prezzo di vere e proprie privazioni e sofferenze fisiche.

É stata abbandonata definitivamente l'era dell' essere e abbracciata invece, con entusiasmo, quella dell' apparire che fa della fisicità un simbolo, una condizione.

Viene quindi spontaneo domandarsi quanto effettivamente pesino i modelli di bellezza presentati dalla cultura (del mondo industrializzato) e dai mass-media che ci influenzano spingendoci a perseguire ideali di perfezione spesso irraggiungibili.

Se nell'antica Grecia il modello di perfezione estetica femminile era scolpito nelle forme rotonde e nei fianchi pronunciati della "Venere di Milo", oggi è rappresentato dal fisico esile e slanciato, dal seno piccolo e dal sorriso smagliante della bambola più famosa al mondo: la Barbie.

La Barbie oltre ad essere la compagna di gioco della maggior parte delle bambine costituisce una vera e propria icona di bellezza di plastica che moltissime donne sognano di raggiungere. Per rimodellare parti del corpo poco estetiche, una soluzione è ricorrere alla chirurgia plastica, attualmente abusata a tal fine, distorcendo lo scopo medico iniziale di correzione per motivi di salute.

Alla base della richiesta degli interventi in chirurgia plastica si trova un possibile disagio con sé stessi ma anche l'esigenza di sentirsi "all'altezza" dei canoni di bellezza a noi proposti.

Oggi infatti le motivazioni che spingono a sfruttare questo rimedio sono spesso futili e superficiali.





Stiamo assistendo ad una crescita spasmodica della domanda di prodotti cosmetici per non parlare delle palestre e centri di benessere che hanno avuto un boom economico impressionante legato a numerosissimi nuovi iscritti.

La richiesta di questi beni e servizi si è incrementata a tal punto che si è ipotizzato che fra dieci anni buona parte del PIL ne potrebbe essere seriamente influenzata.

Il Pil rappresenta il valore di tutti i beni e servizi prodotti dal sistema economico in un dato periodo di tempo (trimestre o anno) ed è la misura fondamentale dell'attività economica.

Peraltro il settore della chirurgia estetica è uno dei pochi a non aver risentito della crisi economica e soprattutto in questo periodo pre-estate sono sempre di più le persone che ricorrono a qualche ritocco.

Proprio per via della grande richiesta di finanziamenti per la chirurgia estetica sono nati addirittura dei prestiti per salute e bellezza, per aiutare chi è disposto ad indebitarsi pur di migliorare il proprio corpo, perchè i costi per queste operazioni e trattamenti sono spesso molto elevati.

Il finanziamento salute/bellezza è rivolto a tutti i lavoratori dipendenti e copre sia le spese mediche sia quelle per interventi estetici, è a tasso fisso e con rientri previsti sino a 120 mesi.

Nel corso del 2008, negli Stati Uniti, sono stati realizzati all'incirca 11 milioni e 700 mila interventi di chirurgia estetica, come riporta il resoconto della Società Americana di Chirurgia Plastica.

## **Nel corso del 2008, negli Stati Uniti, sono stati realizzati all'incirca 11 milioni e 700 mila interventi di chirurgia estetica**



Il dato comprende sia gli interventi chirurgici in senso stretto, sia tutte le procedure che comunemente verrebbero definite di medicina estetica.

Queste ultime rappresentano addirittura l'82% del totale degli interventi mentre il restante 18% è rappresentato dalla chirurgia.

Una buona contribuente per gli Stati Uniti è sicuramente Cindy Jackson, la donna che detiene il Guinness dei primati per il numero di interventi estetici subiti ricorrendo alla chirurgia al fine di perseguire il suo sogno: somigliare il più possibile alla sua bambola preferita di quando era bambina.

## Cindy Jackson, la donna - Barbie



Dopo 27 operazioni chirurgiche e un investimento di circa 150.000 dollari Cindy è riuscita a diventare identica alla bionda ed eternamente giovane Barbie. Seguendo il suo esempio, decine di donne in tutto il mondo si stanno trasformando in cloni della bambola.



Come noto, infatti, Barbie è oggi un vero e proprio fenomeno di culto e di costume, avendo seguito negli anni la moda dell'abbigliamento femminile, delle acconciature e perfino riprodotto, prima con lo sguardo basso e laterale poi frontale e spigliato, il modo in cui la società pensava l'ideale femminile.



## **Barbie è oggi un vero e proprio fenomeno di culto e di costume**

Barbie è stato anche il primo giocattolo ad avere una strategia di marketing focalizzata sugli spot televisivi (tipo di pubblicità veicolato da un particolare mass media, la televisione) strategia successivamente ripresa da tutti i giocattoli a venire.

È stato stimato che oltre un miliardo di Barbie sono state vendute in oltre 150 nazioni e che vengono acquistate in media tre barbie al secondo.

Dal primo giorno in cui venne messa in commercio, 9 marzo 1959, i due fondatori della bambola iniziarono a venderla come ossessi riuscendo ad arrivare, nel primo anno di vita, a 350.000 barbie vendute.

La casa produttrice della diva di plastica, la Mattel, è diventata in poco tempo il tempio del gioco per milioni di bambini, fornendo ai più appassionati anche le limited edition.

Ad ora esistono circa 100,000 collezionisti di barbie ed il 40% di loro spendono oltre 1000 dollari all'anno per aggiornare la propria collezione.



## La nuova Barbie da collezione costa circa 95mila dollari ed è la più costosa al mondo.

La famosa bambola indossa 318 diamanti, tutti veri, orecchini, coroncina, bracciale e anello in oro bianco e diamanti.

A distanza di 50 anni la notorietà di Barbie è giunta ai massimi livelli.  
Per calcolarli c'è un sistema: si chiama "Indice di penetrazione sul mercato".

L'Indice di Penetrazione esprime il rapporto fra il livello competitivo raggiunto da un prodotto, in una certa zona nel mercato di riferimento e il livello competitivo raggiunto dallo stesso prodotto, nel mercato di riferimento nazionale. L'Italia detiene il record di questo indice in Europa, pari al 99 per cento. Significa che 99 individui su 100 (in questo caso bambine dai 3 ai 10 anni di età) possiedono almeno un pezzo del prodotto di riferimento.

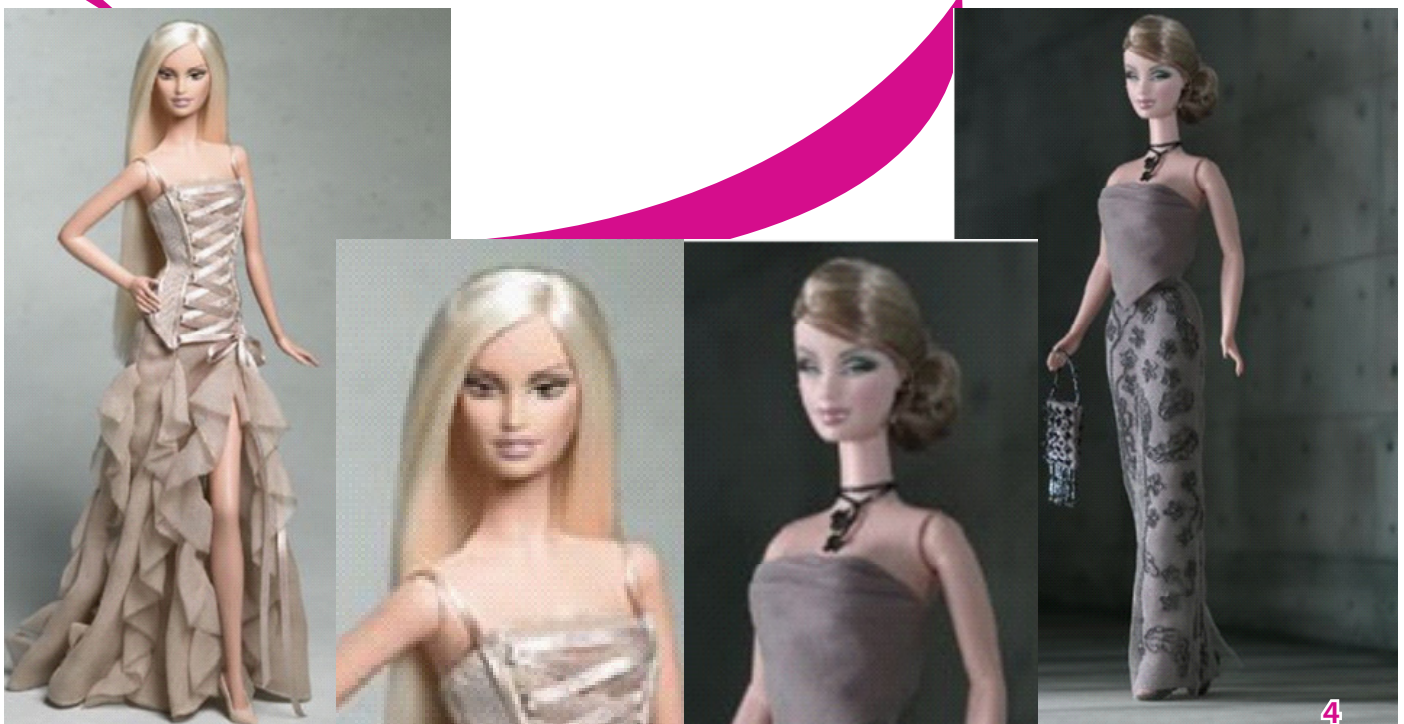
Sulla base di questi dati gli esperti definiscono unanimemente Barbie "Il più importante fenomeno di marketing del secolo".

L'altro modo per calcolare al volo il successo della bambola è quello di contare il numero di imitazioni; accanto a lei occupano gli scaffali dei negozi di giocattoli svariate altre ragazze di plastica che incarnano, sia pur con meno successo, i sogni delle bambine.

Si è stimato inoltre che per vestire Barbie siano state utilizzate circa 105 milioni di Yarde di tessuto e sulla base di questi dati la casa produttrice Mattel è considerata una delle più grandi aziende manifatturiere al mondo.

In questi anni la sua escalation nel mondo della moda non si è mai fermata al punto che 50 interpretazioni di Barbie da designer internazionali sono state di scena alla Fashion week di New York, il 14 febbraio scorso.

**Barbie "Il più importante fenomeno di marketing del secolo".**



Barbie, con il colosso Mattel che la produce da sempre, è stata sponsor dell'appuntamento con la settimana della moda americana e l'accordo, prevede una partnership per tre anni. Stilisti e case di moda hanno creato nuovi capi di abbigliamento-icona, appositamente per il compleanno della bambola-modella, alta appena 29,5 centimetri. Fin dagli Anni 60 la casa produttrice Mattel si è dedicata a identificare i trend correlati ai gusti delle teenager: tutte le bambole, gli abiti e gli accessori del mondo di Barbie altro non sono che l'immagine riflessa delle aspirazioni delle bambine, che permettono loro di proiettarsi nel mondo degli adulti.

Barbie rappresenta infatti un ideale femminile e specchio sociale del quotidiano vestendo i trend del momento.

Per la mini top model, oltre cento stilisti fino ad oggi hanno creato i suoi abiti, tra questi Dior, Saint Laurent, Armani e Versace e per il suo cinquantesimo anniversario ha ricevuto un vero e proprio regalo di eccezione nato dalla collaborazione tra Mattel e FIAT: la Casa torinese le ha infatti dedicato un'originale Fiat 500 show car, una vera e propria "shock car" come dimostra la lucentezza del suo colore esterno di carrozzeria.



La vettura rigorosamente rosa ha un look alla moda, ma con un pizzico di ironia. La carrozzeria esterna è realizzata con l'impiego di vernici laccate e profonde, simili allo smalto.

All'interno risalta la morbidezza dei tessuti e inoltre, i tappetini sono impreziositi da fili di seta e nei vani portaoggetti si possono trovare lucidalabbra dai colori brillanti.



# Economia

la Fiat 500 è stata selezionata quale macchina ufficiale della Barbie poiché famosa in tutto il mondo per via dei suoi straordinari accessori e riconosciuta quale massima espressione del Made in Italy, del glamour e come una delle auto più sofisticate e ricercate nel mondo intero.

La sinergia tra Barbie e la Fiat 500 è chiara: entrambi i marchi vantano una popolarità e un profilo inimitabili ed esse vengono quindi riconosciute istantaneamente a livello mondiale e, poiché affondano entrambe le proprie radici nell'eccellenza, quanto a design formano un binomio perfetto.

Le vere icone di stile trascendono generazioni, mode e tendenze. Le origini sia della Fiat che di Barbie risalgono alla fine degli anni '50 e continuano a riscuotere un amplissimo successo, rimanendo fedeli al loro retaggio comune di design eccellente e stile.



# Spagnolo

Barbie è sicuramente la bambola più famosa della terra, la sua internazionalità è dimostrata dall'ampia collezione di bambole che incarnano le donne di ogni paese del mondo con le loro caratteristiche e abiti tipici locali. Il giocattolo ha rappresentato 50 nazionalità finora. Più di quanto la maggior parte dei canali televisivi possa dichiarare.

La firma Mattel ha lanciato da poco sul mercato la Barbie spagnola, un modello ispirato alla cultura andaluzza e alla moda del flamenco.



La firma Mattel acaba de lanzar al mercado la Barbie España, un modelo de esta conocida muñeca inspirado en la cultura andaluzza y la moda flamenca. A las reminiscencias de la Pasión y la Feria, se añade el flamenco.

La empresa juguetera explica que el flamenco es un arte reconocido a nivel internacional y forma parte de la cultura española, por lo que es normal que Barbie España lleve un vestido inspirado en este arte.

El flamenco es un género español de música y danza que se originó en Andalucía en el siglo XVIII, que tiene como base la música y la danza andaluzza y en cuya creación y desarrollo tuvieron un papel fundamental los andaluces de etnia gitana. El cante, el toque y el baile son las principales facetas del flamenco.



Vestida de rojo y negro, con volantes de encaje, mantilla y abanico, esta nueva edición de Barbie especial para coleccionistas y pertenece a la serie Muñecas del Mundo.

La nueva Barbie España pretende aunar las distintas tradiciones andalusa llevando un traje basado en "el típico que visten las mujeres en las festividades importantes de Andalucía.

El folclore andaluz es muy variado y vistoso. En él se reflejan muchas tradiciones que se han conservado a lo largo de la historia.

### La muñeca inspirada en la cultura andaluza.



### Ferias y fiestas.

Las ferias surgieron hace varios siglos para que los habitantes de cada pueblo pudieran comprar o vender productos agrícolas o artesanales. Hoy día sólo tienen un carácter festivo, es decir, la gente sólo va a ellas para divertirse. Casi todas ellas se celebran durante la primavera y el verano, destacando la Feria de Abril de Sevilla, la de Málaga y la del Caballo de Jerez.

Las fiestas son en su mayoría de origen religioso. Destaca la celebración de la Semana Santa en muchas localidades. Durante esos días se representa, mediante procesiones que recorren las calles de las ciudades, escenas de la Pasión de Jesucristo. Son muy conocidas las procesiones de la Semana Santa de Sevilla y las de Málaga. Otras procesiones y fiestas importantes son la del Corpus de Granada y las Cruces de mayo de Granada y Córdoba.

No es la primera vez que Mattel refleja la cultura españolas en sus productos. En 1983 vistió por primer vez a la muñeca de sevillana. ¿Existirá el Ken torero? Serían la pareja perfecta. Ole, ole y Ole!!



## Barbie la Bambola Ariano-Ebreo

Barbie nasce come rielaborazione statunitense di un modello di bambola - di nome Lilli - commercializzato in Germania nel 1955 da un'industria di giocattoli che aveva fatto fortuna vendendo soldatini nel periodo nazista.

Lilli si rivolgeva a un pubblico adulto e impersonava il modello di bellezza promosso dall'ormai defunto regime hitleriano.



Quel modello era ancora giudicato ideale dal tedesco medio di allora, per la teoria della superiorità della razza che rendeva quella ariana superiore alle altre. Osservando una Barbie effettivamente non si possono non notare le caratteristiche della "fisicità ariana".

Essa è appunto bionda e con gli occhi azzurri, alta, atletica e con la carnagione chiara.

Scavando nell'ideologia di "razza perfetta" di Hitler si apprende che egli credeva che la perfezione dell'ariano non dovesse essere compromessa o contaminata da "razze inferiori" e che quest'ultime dovessero essere quindi eliminate.

L'assurda dottrina nazista si basava sul concetto della superiorità di una razza sulle altre, teoria che non ha nessun fondamento. Addirittura, scientificamente non ha senso l'idea stessa che esistano differenti razze umane; il colore della pelle, gli occhi più o meno allungati, i capelli ricci o lisci sono solo caratteristiche estetiche che nei secoli e nei millenni si sono sviluppate in modo diverso ma queste caratteristiche fisiche non hanno niente a che vedere con le capacità e le qualità di ciascun individuo.

La Germania Hitleriana però fermamente convinta del contrario, aveva il compito di affermare tale superiorità e di combattere chi si opponeva.

Le prove di superiorità ariana s'incrociavano con giudizi estetici, dal momento che solo gli ariani, secondo l'ideologia nazista, riproducevano le "proporzioni assolute della bellezza architettonica" secondo il paradigma greco.

Gli ebrei venivano invece paragonati a cimici e topi, animali nocivi e brutti che dovevano essere sterminati: la propaganda di massa provvedeva alla documentazione che mostrava le "tipiche" facce ebraiche accompagnate da didascalie indicanti la scarsa rassomiglianza dei volti così ritratti con quelli degli esseri umani. La schematizzazione inerente a tutto il pensiero razzista giungeva così alle sue estreme conseguenze: gli stereotipi prendevano il posto degli uomini e delle donne reali.

Perché la bambola ariana Lilli diventasse Barbie era però necessario che nel 1956 Elliot Handler, proprietario della Mattel, un'azienda che produceva giocattoli e sua moglie Ruth (figlia di genitori ebrei) passassero davanti alla vetrina di un negozio di Lucerna.

La donna rimase colpita dalla bambola e così scoccò la scintilla imprenditoriale che fece importare negli Usa un prodotto «ariano» grazie a una donna di origine ebraica del tutto inconsapevole della derivazione cripto-razziale di quella bambola.

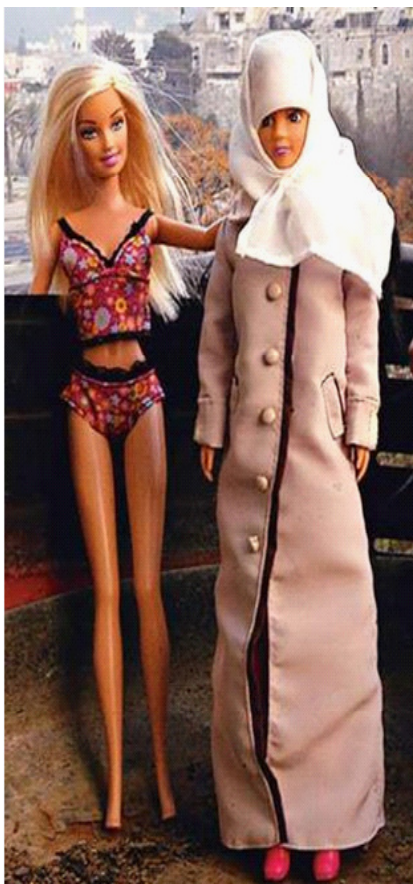
Nel corso degli anni il termine «Barbie» ha spesso assunto il significato dispregiativo di ragazza di bell'aspetto ma priva di spessore e sostanzialmente stupida.

La rosea vita di Barbie negli anni ha subito numerosi atti d'accusa: chi l'ha considerata un gioco troppo sessualmente allusivo, chi un modello troppo effimero e consumistico e chi come un ideale femminile da respingere e combattere, perché rappresentativo di un mondo di valori superato e sbagliato.

Nel settembre 2003 l'Arabia Saudita ha messo fuori legge la vendita delle bambole Barbie, trovandole non conformi con i principi dell'Islam.

Il "Comitato per la Propagazione della Virtù e la Prevenzione dal vizio" ha affermato che "le bambole ebraiche" Barbie, con i loro abiti succinti e le loro pose peccaminose, sono il simbolo della decadenza del perverso occidente.

In Medio Oriente è stata creata una bambola alternativa chiamata Ful- la simile a Barbie ma disegnata per essere più accettabile nel mercato islamico.



## Barbie Fulla

Ideata da una azienda Siriana, Fulla ha i capelli e occhi scuri ed è venduta corredata di velo e diversi abiti e gadget, come il tappeto per la preghiera.

Fulla non potrà mai rimanere senza indumenti, totalmente nuda, perchè sotto tutti quei vestiti si nasconde un casto costume intero, incollato al corpo.



**La bambola planetaria ha anche raggiunto il primato di giocattolo più odiato.**

La bambola planetaria ha anche raggiunto il primato di giocattolo più odiato. La fama ha contribuito a far crescere l'amore e il desiderio di possederla ma una volta ottenuta, nella testa delle bambine, scatta spesso una molla.

Una ricerca ha dimostrato infatti che le bambine crescendo di anno in anno, proiettano la loro aggressività sulla bambola, che tende a detta dei dottori a ricordare il passato infantile proponendo un prototipo di bellezza molto lontano dal comune.

La bambina che si sente adulta ripone nella bambola tutte le sue torture più atroci, non solo tirate di capelli e tagli, una barbie abbandonata senza vestiti è il primo sintomo.



Insomma Barbie non ha avuto solo ammiratori nella sua vita ma forse non tutti sanno che essa ha attraversato le trasformazioni della società, del costume e della moda: il suo personaggio, modello perfetto di glamour, nasce con un obiettivo preciso, quello di accompagnare le ragazzine verso l'età adulta. Inoltre gli ideatori si servirono dell'immagine di Barbie per promuovere l'uguaglianza tra i sessi.

La bambolina ha, infatti, intrapreso molteplici lavori: è stata infermiera, astronauta, ambasciatrice di pace per l'Unicef, vigile del fuoco, pilota d'aereo, ufficiale militare e paleontologa e infine nel 2004, anticipando pure Hillary Clinton, si è candidata anche alla presidenza degli Stati Uniti con il "Partito delle Ragazze".

Con tutti questi lavori ha voluto dimostrare che le donne possono intraprendere con successo qualsiasi carriera, un'emancipazione solo di facciata però perché Barbie, nonostante la tuta da astronauta, non rinuncia alla sua prima e vera essenza di casalinga e per l'America degli anni '50 e '60 è l'incarnazione, in plastica, della donna perfetta, bellissima ed eternamente giovane.

**Il suo personaggio, modello  
perfetto di glamour  
nasce con un obiettivo preciso**



Il maggior rappresentante inglese del movimento letterario e culturale dell'estetismo, Oscar Wilde, ci insegna però che la ricerca ossessiva della bellezza e la presunzione di poterla mantenere per sempre non porta a nulla di buono.

“Il ritratto di Dorian Gray” è l'opera che maggiormente centra questo tema.

La storia di un ragazzo bello e giovane che al fine di mantenere le sue caratteristiche estetiche per sempre fa “un patto con il diavolo”.

I segni del tempo faranno invecchiare e imbruttire il suo ritratto al posto suo.



Wilde adopted “the aesthetic ideal”. He affirmed that his life is like a “work of art”. He embodied the figure of the dandy: an aristocrat whose elegance is a symbol of the superiority of his spirit. The Wilde as dandy was interested only in beautiful clothes, good conversation and delicious food.

The novel that most reflects the personality of Wilde is “the picture of Dorian Gray”.

The novel begins with Lord Henry Wotton, observing the artist Basil Hallward painting the portrait of a very handsome young man named Dorian Gray. Dorian begins to think that beauty is the only important aspect of life. He wishes that the portrait of himself, which Basil is painting, would grow old in his place.

He wants to be beautiful and young for ever like his portrait on the picture. But while all his dreams are satisfied all the sins and the bad things of his life appear on the picture.

Under the influence of Lord Henry, Dorian begins an exploration of his senses. He discovers an actress, Sibyl Vane, who performs Shakespeare in a dingy theatre. Dorian approaches her, and soon proposes marriage. Sibyl, who refers to him as "Prince Charming," but her protective brother, James, tells her that if "Prince Charming" ever harms her, he will kill him.

Dorian then invites Basil and Lord Henry to see Sibyl perform in Romeo and Juliet. Sibyl suddenly loses her acting abilities through the experience of true love with Dorian, and performs very badly. Dorian rejects her, saying that her beauty was in her art, and if she could no longer act, he was no longer interested in her.

Actually Dorian lives only for pleasure using everyone and letting people die for his insensitivity.

When he returns home, Dorian notices that Basil's portrait of him has changed. After examining the painting, Dorian realizes that his wish has come true - the portrait's expression now will age with each sin he commits, while his own appearance remains unchanged. He decides to reconcile with Sibyl, but Lord Henry arrives in the morning to say that Sibyl has killed herself. Over the next eighteen years, Dorian experiments with every vice, mostly under the influence of a french novel, a present from Lord Henry. Wilde never reveals the title but his inspiration was possibly drawn from Joris-Karl Huysmans's *À rebours* .

One night, before he leaves for Paris, Basil arrives to question Dorian about the rumours of his indulgences. He takes Basil to the portrait, which is revealed to have become as hideous as Dorian's sins. Dorian blames the artist for his fate, and stabs Basil to death. Wishing to escape his crime, Dorian travels to an opium den.







## Oscar Wilde

James ( Sibyl's brother) follows Dorian outside and attempts to shoot him, but he is deceived when Dorian asks James to look at him in the light, saying that he is too young to have been involved with Sibyl eighteen years ago.

James releases Dorian, but is approached by a woman from the opium den, who chastises him for not killing Dorian and tells him that Dorian has not aged for the past eighteen years.

While at dinner one night, Dorian sees Sibyl Vane's brother stalking the grounds and fears for his life. However, is accidentally shot and killed by one of the hunters. After returning to London, Dorian informs Lord Henry that he will be good from now on, and has started by not breaking the heart of his latest innocent conquest, Hetty Merton.

At his apartment, Dorian wonders if the portrait has begun to change back, losing its senile, now that he has changed his immoral ways. He unveils the portrait to find that it has become worse. Seeing this, he begins to question the motives behind his act of "mercy". He decides that only a full confession would truly absolve him, but lacking any feelings of guilt and fearing the consequences, he decides to destroy the last vestige of his conscience.

He picks up the knife that killed Basil Hallward, and plunges it into the painting. His servants hear a cry from inside the locked room and send for the police. They find Dorian's body, stabbed in the heart and suddenly aged, withered and horrible, beside the portrait, which has reverted to its original form; it is only through the rings on his hand that the corpse can be identified.

*"E' meglio essere belli che essere buoni, ma è meglio essere buoni che essere brutti."*

# Il mondo virtuale di Barbie

La concezione che vuole la Barbie condannata all'eterna giovinezza non le impedisce però di essere superata dalle nuove invenzioni tecnologiche in materia di giocattoli.

E' costretta a correre ai ripari, la ragazza di plastica che se si trova a confrontarsi con le avanguardie tecnologiche, non ha altra via di scampo che il cyberspazio.

Nasce così una Second life tutta rosa anche per lei, la creazione di un mondo virtuale di perfezione in cui la bionda bambola può muoversi circondata da altre Barbie e Ken uguali a lei.



Viene spontaneo chiedersi quanto la ricreazione di una società "perfetta" fatta da fisici scolpiti e abitanti sempre sorridenti e felici, proposta dall'azienda produttrice Mattel, possa influenzare gli utenti, soprattutto bambini, che vi accedono.

Questa domanda ha scatenato psicologi e sociologi di tutto il mondo per seguire e studiare un fenomeno che ha alienato moltissime persone portandole a vivere prevalentemente nella "seconda vita" piuttosto che nella "vita reale".

Alcune ricerche hanno dimostrato che molti utenti del mondo virtuale si sentano più al sicuro e a proprio agio nel mondo da loro costruito che nell'effettiva società reale, questa tendenza oggi spinge molte persone al desiderio di chiudersi in casa vivendo la loro second life virtuale piuttosto che affrontare la vita reale che sta al di fuori della loro stanza.

Un esempio di creazione di un "mondo parallelo" in cui rifugiarsi, nell'era in cui internet non aveva fatto ancora la sua comparsa, è sicuramente il romanzo "Controcorrente" (à rebours è il titolo originale) di Joris Karl Huysmans.

Controcorrente si può definire la "storia di una nevrosi" vissuta dal protagonista Des Esseintes che decide di sciogliere definitivamente ogni contatto con la società, priva ormai ai suoi occhi di qualunque motivo d'interesse. Si rifugia, così, in una villa nei pressi di un piccolo paese della campagna parigina, iniziando il suo eremitaggio distante da qualsiasi distrazione che gli potesse offrire la civiltà.

L'histoire est celle de Des Esseintes, un « décadentiste » qui après un vie agitée où il a fait l'expérience de tout ce que pouvait lui offrir la société de son temps, pour combattre l'ennui qui l'accable, se retire dans un pavillon à Fontenay dans lequel il réunit les ouvrages les plus précieux à ses yeux, les objets les plus rares, pour se consacrer à l'étude et tente d'inventer de nouveaux plaisirs. Par l'excitation constante de son esprit, il cherche à oublier la société qui l'entoure où, à ses yeux, règne une vulgarité sans partage. Il tente donc de « substituer le rêve à la réalité même », et pour cela achète des livres précieux, se fait livrer des fleurs rares, invente un orgue à liqueurs et s'enivre des parfums nouveaux qu'il crée. Sur le point d'entreprendre un voyage, il préfère, une fois arrivé à la gare, rebrousser chemin et rentrer chez lui tant l'écœurent les bruits et les odeurs de la ville.



Finalmente, Des Esseintes non riesce a venire a capo del suo taedium vitae, e deve rinunciare dopo qualche tempo a questa vita e tornare a Parigi

À rebours è l'una delle innumerevoli fonti del romanzo di Oscar Wilde, *Il ritratto di Dorian Gray*. In effetti, Dorian vi legge quel libro che influenza profondamente la sua visione del mondo. Wilde scrive peraltro che l'idea di scrivere *Il ritratto* gli era venuta da À rebours.



À rebours est un roman de Joris-Karl Huysmans paru en 1884. La particularité de ce roman est qu'il ne s'y passe presque rien : la narration se focalise presque entièrement sur le personnage principal, Des Esseintes, un anti-héros esthète et excentrique, et constitue à peu de choses près un catalogue de ses goûts et dégoûts.

On considère aujourd'hui cet ouvrage comme un manifeste de l'esprit décadent qui prend forme dans les dernières années du XIXe siècle. Des Esseintes lui-même préfère les ouvrages de l'Antiquité tardive aux auteurs classiques ; Verlaine et Baudelaire, (que l'ouvrage contribua à lancer dans le monde littéraire) sont ses poètes favoris. Chez les romanciers, il fait l'éloge de Poe, du Flaubert de Salammbô, et surtout de Villiers de l'Isle Adam.

À rebours marque également la rupture de Huysmans d'avec le naturalisme de Zola : la plupart des thèmes présents dans l'œuvre sont ou seront associés à l'esthétique symboliste. Des Esseintes apparaît comme l'archétype du jeune homme européen atteint du « mal du siècle » : on peut dire que l'auteur voit dans la décadence un dépassement à la fois du romantisme et du naturalisme.

Il messaggio contenuto nel romanzo di Huysmans va interpretato come segno di un'epoca in cui l'uomo, insofferente della società, stanco del rapporto continuo ed estenuante con i suoi simili, intende rinunciare totalmente a ogni forma di relazione, per recludersi a tempo pieno in una dimensione estemporanea che abita solitario.

