



Mezzi nuovi e problemi antichi. Fra interessi della politica e del marketing

LA VITA SPERICOLATA DELLE MAMME DIGITALI

di **Andrea Piersanti***

LIl fenomeno è impressionante. Sono tantissimi i siti Internet dove le mamme chattano, postano e condividono informazioni. Numeri talmente importanti da aver convinto molte ditte specializzate in prodotti nell'infanzia a cambiare completamente le strategie di marketing. Se vi siete mai chiesti dove siano finite le pubblicità di pannolini e carrozzine (che non si trovano più in televisione), provate a spulciare il web. Sono tutti lì, genitori digitali e commercianti, insieme appassionatamente, a discutere di pappe e di rigurgiti. Un babele linguistica (il fenomeno non è solo italiano, ovviamente) e culturale da far rizzare i capelli in testa. Una volta c'era un solo manuale, quello scritto dal pediatra più famoso del mondo, il dottor Benjamin Spock. Un libro obbligatorio in tutte le case delle neo mamme che occasionalmente era commentato dai sospiri saggi delle nonne o delle vicine di casa. Adesso invece consigli e suggerimenti, risposte a richieste di aiuto e ricette fantastiche per farli dormire, si trovano solo sul web. Una bellissima pubblicità di qualche anno fa, sulle note della canzone di Vasco Rossi, "Vita spericolata", mostrava in un rapido montaggio le tipiche situazioni dei genitori di oggi, fra figli urlanti alle tre di notte ("Voglio una vita che non è mai tardi, Di quelle che non dormi mai") e invasioni di pannolini e biberon ("Voglio una vita di quelle che non si sa mai. Voglio una vita esagerata"). E' veramente spericolata ed esagerata la vita delle mamme digitali in rete. Nel Regno Unito il fenomeno infatti ha addirittura preso i colori della politica. "Un sito che racconta problemi e storie di giovane mamme può diventare una lobby - ha scritto qualche giorno fa Valeria Pini su La Repubblica -. Succede in Gran Bretagna dove Mumsnet, un contenitore dedicato alla vita quotidiana delle donne e delle famiglie, riesce anche a influenzare le scelte politiche. Ospita 5,7 milioni di visite al mese. I suoi forum sono diventati in poco tempo un punto di riferimento per il paese. E i politici lo consultano periodicamente per capire

quali sono gli argomenti più sentiti dall'opinione pubblica. Quando l'anno scorso una madre scrisse su un forum che avrebbe dato la figlia disabile in affidamento, perché lo Stato non le concedeva più il sussidio, il premier David Cameron intervenne immediatamente per esprimere alla signora la sua preoccupazione. Qualche tempo fa un gruppo di lettrici chiesero alle catene di supermercati di nascondere dalla vista dei bambini il reparto delle riviste sexy. Quasi per magia, poco dopo i responsabili dei negozi spostarono i giornali e accontentarono le signore". Impressionante. Il voto inglese del 2010, ha raccontato il New York Times, sarà ricordato come l'elezione di Mumsnet, perché i due contendenti David Cameron e Gordon Brown parteciparono a lunghe chat per rispondere a domande sull'aborto, le tasse, l'allattamento al seno o i sussidi alle mamme single. Lo stesso Brown è arrivato a dire che Mumsnet sta "cambiando le vite degli inglesi". Mumsnet è diventato talmente potente da fermare anche la carica del marketing delle grandi imprese. McDonald, dicono, ha fatto un lunga anticamera di tre anni prima di poter pubblicare i propri banner su Mumsnet. Nestlè, invece, aspetta ancora: il suo latte inibisce l'allattamento naturale, dicono le due donne che gestiscono il sito.

Il caso inglese, per il momento, non ha eguali nel mondo. Per il momento. Le centinaia di siti e di blog delle mamme digitali, infatti, sono ancora chiusi nel recinto della condivisione di informazioni e di consigli ma fanno poca politica e non sono riusciti ad emulare il successo pazzesco di Mumsnet. Ma quanto durerà? In Italia sono tanti gli indirizzi. "Fattore famiglia", affronta temi di politica e di attualità anche se ci tengono a dire che la loro attività è "laica e democratica, libera da condizionamenti ideologici e indipendente da influenze politiche", (sic!). "Oasi delle mamme", si autodefinisce "una nicchia mamasostenibile contro le mazzate che si ricevono sulla nuca e che dopotutto diventano opportunità di crescita". "Mammeonline", dove è possibile "vivere", dicono "tutti gli aspetti del quotidiano di tutte: come fare un dolce, commentare un bel libro, cosa vedere



al cinema, sfogarsi dopo una discussione con il marito o il capo, discutere di argomenti di politica e attualità”. “Mamme nella rete” invece fa parte di un network realizzato e gestito dalla Mondadori. C’è anche “Mammeacrobate” (veramente una vita spericolata) di Manuela e Laura, due neo mamme con la passione del web. Alla costellazione dei siti si aggiungono i blog, o meglio i diari di alcune scrittrici come Paola Liberace. Ha scritto un volume “Contro gli asili nido” (che si trova in vendita online su Amazon). La sua tesi è semplice. “Oggi, nel nostro paese, gli uomini e le donne che lavorano sono costretti ad allontanarsi dai figli sin dalla prima infanzia; oppure, se non ne hanno intenzione, a dimettersi. La disponibilità di posti negli asili nido è un rimedio solo parziale al dilemma della conciliazione tra famiglia e lavoro, a tutto vantaggio del secondo termine, e a discapito del primo. Davvero il principale desiderio di madri e padri è quello di lavorare, sempre e comunque, anche mentre i figli sono ancora in fasce? Quanto è opportuno affidare a terzi la responsabilità educativa a partire dalla più tenera età? E soprattutto: esiste un’alternativa alla delega precoce, prolungata e indiscussa dell’educazione dei figli?”, ha scritto Liberace. Ma se tutto questo proliferare di una fredda tecnologia digitale nel mondo una volta ovattato delle mamme vi dovesse spaventare, niente paura. Anche il dottor Spock fu accusato di non avere mai accarezzato i suoi figli. Nel frattempo la vita spericolata ed esagerata delle mamme sulla rete continua a fare proseliti.



* Giornalista
Docente di Metodologia e Critica dello spettacolo
Università “Sapienza”, Roma