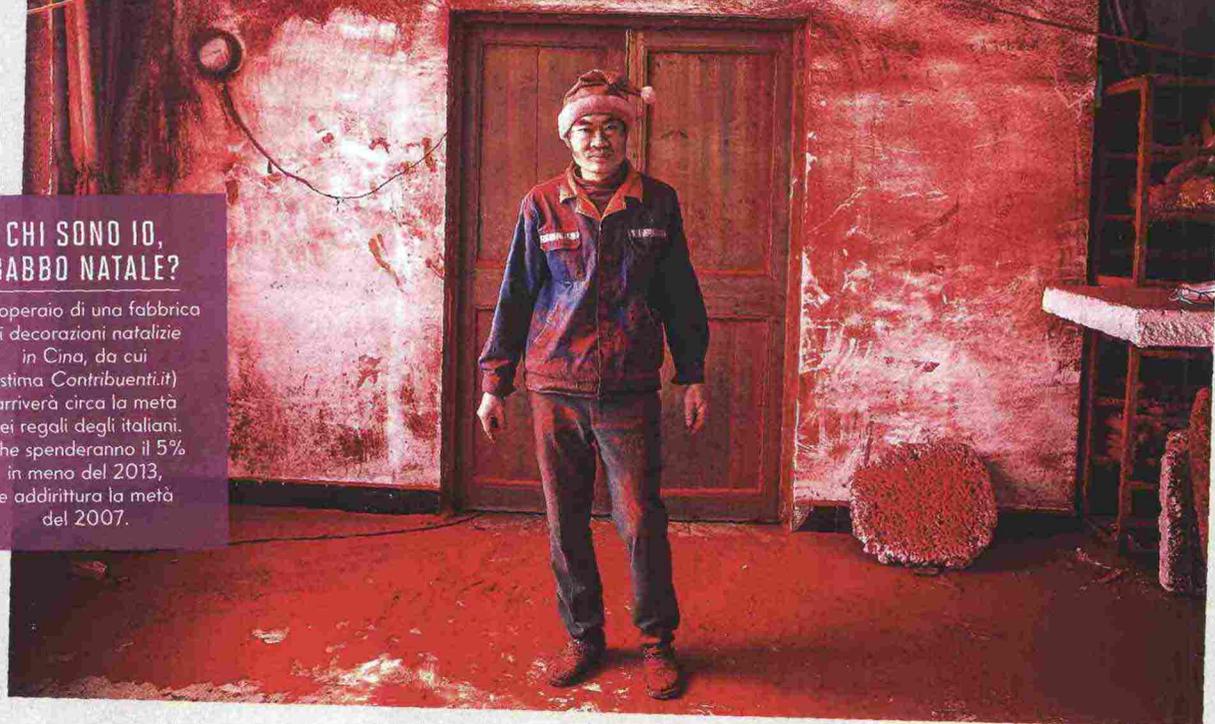


WEEK

CHI SONO IO, BABBO NATALE?

Un operaio di una fabbrica di decorazioni natalizie in Cina, da cui (stima *Contribuenti.it*) arriverà circa la metà dei regali degli italiani. Che spenderanno il 5% in meno del 2013, e addirittura la metà del 2007.



E ORA MI «FACCIO» DI MODA

La scrittrice Radhika Jha è entrata per tre anni nella vita di una vittima dello shopping, e ne svela il lato oscuro: un mondo molto lontano dalle *shopaholic* di Kinsella, che stava per inghiottire anche lei

di ELISABETTA COLANGELO

«**C**redo che per noi donne lo shopping abbia a che fare con l'istinto primitivo di raccogliere e mettere da parte il cibo mentre gli uomini erano a caccia. Il problema è quando arrivi al punto di prosciugarti il conto in banca senza neanche accorgertene, o di rubare la carta di credito di tuo marito, di spostata a tutto pur di procurarti del denaro».

È quello che succede a Kayo, la protagonista del nuovo libro dell'indiana Radhika Jha, dopo il successo di *L'odore del mondo: Confessioni di una vittima dello shopping* (Sellerio, pagg. 256, 16 euro, trad. di Alfonso Geraci), storia di una giovane moglie e madre giapponese travolta da questa strana dipendenza, che Jha ha seguito per tre anni a Tokyo, tra boutique e svendite delle griffè. Nulla a che vedere con la leggerezza delle *shopaholic* di Sophie Kinsella, ma piuttosto un viaggio in prima persona dentro la solitudine e quel «sentirsi invisibili che a tutte le donne capita di provare in qualche periodo della vita».

Anche a una di successo come lei?

«Certo. Oggi abbiamo più o meno le stesse opportunità degli uomini, facciamo carriera, ma quando arrivano i figli i tuoi bisogni non contano più: dai tutto agli altri, e alla fine ti rimane un vuoto da riempire. Ecco: oltre che un istinto primordiale, lo shopping è un magnifico riempitivo».

Non tutte le donne, per fortuna, riempiono i loro vuoti così.

«Certo, ma è un fenomeno molto più diffuso di quanto si pensi, dappertutto e in tutte le fasce sociali. Ci faccia caso: le periferie di tutto il mondo sono piene di negozi che vendono cose inutili e stupide a poco prezzo, in cui puoi soddisfare il tuo senso di vuoto».

Fino a rimanerci incastrata.

«E scivolare nella compulsione, perché fare shopping ti porta a perdere il senso della realtà. Sei convinta di non contare nulla e l'industria della moda è la sola a risponderti. Ti dice: "Se invece indossi questo vestito diventerai favolosa e tutti ti vedranno". Ti fa credere che puoi costruire una nuova te».

Come si riconosce una «vittima»?

«La vedi subito: in genere è bella e molto creativa, coreografata perfettamente con una cura maniacale, come se si fosse preparata esattamente per essere guardata».

Alla fine è diventata *shopaholic* anche lei?

«Mio padre è un economista e sono sempre stata molto cosciente del valore del denaro. Però, mentre scrivevo il libro, a un certo punto mi sono resa conto che uscivo tutti i weekend e dovevo assolutamente comprare qualcosa. Allora mi sono fermata e mi sono detta: ok, non hai bisogno di nulla, stai solo cercando di soddisfare quella parte di te che non è felice. Siediti e pensaci».