

Editoriale

L'età come risorsa

Ormai lo sappiamo tutti: la nostra società invecchia molto velocemente. Oggi un sesto della popolazione stabilmente residente in Svizzera, un po' come in tutta l'Europa, è in età pensionabile. Ma, mentre la nostra società invecchia, ancora non si sviluppa una cultura che apprezza e favorisce la longevità, che è oggi recepita soprattutto come un 'problema' da risolvere. Un problema economico (costi della salute, costi Avs), un problema socio-sanitario (case anziani, Spitex), ma anche un problema di immagine (non è facile accettare l'invecchiamento fisico in una società che persegue l'immagine dell'eterna giovinezza...).

È vero che il sessantacinquenne di oggi non ha nulla a che fare con il sessantacinquenne di trent'anni fa: grazie ai miglioramenti delle condizioni igienico-sanitarie, se è in salute, conduce una vita indipendente sotto tutti gli aspetti, normalmente ha una buona condizione economica e pure il suo aspetto fisico è ancora molto giovanile.

Ma, se questo certamente aiuta, non risolve il problema, al limite lo posticipa.

La nostra società tende infatti a 'rimuovere' la vecchiaia dalle proprie prospettive, come ha già fatto con un problema ancora più doloroso, quello della morte, che è praticamente scomparsa dalla nostra vita quotidiana.

Ma far scomparire la vecchiaia è più difficile, perché la gente invecchia sempre di più e, se anche lo fa in salute e magari ricorre a qualche 'ritocco' con la chirurgia plastica, dopo un po' il processo diventa inarginabile.

Quello dell'accettazione della vecchiaia oggi non è quindi solo un problema sociale, ma anche in gran misura culturale. Sembra che la nostra 'vecchia società' sia affetta da una pericolosa sindrome di Peter Pan, che spinge a cancellare in tutti i modi i segni del tempo che passa. Un paradosso di non poco conto, ma anche una vera e propria forma di miopia, poiché questo esercito di anziani in buone condizioni psico-fisiche e anche finanziarie non solo rappresenta un'enorme risorsa per la società civile, ma pure per l'economia. La maggior parte dei senior nei paesi occidentali oggi infatti ha molto tempo libero, spesso buone competenze professionali e capacità relazionali, solide esperienze umane e risorse finanziarie tali da rappresentare molto più una 'ricchezza' per la società, prima che un problema.

Tutte queste risorse andrebbero non solo meglio valorizzate, ma anche apertamente apprezzate, anche per contribuire al necessario cambiamento culturale a favore della vecchiaia.

Qualche segnale di cambiamento oggi però sta arrivando e, guarda caso, proprio dalla pubblicità e dai media, da sempre antesignani e motori dei mutamenti culturali. Nelle pubblicità le immagini di persone sopra i sessant'anni (in ruoli non specificamente da 'anziani') cominciano a diffondersi e questo anche in settori come la cosmetica e la bellezza, dove fino a non molto tempo fa valeva l'unica regola 'belli e giovani', mentre tra i principali sex symbol mondiali compaiono anche quarantenni, cinquantenni e persino sessantenni e... non solo uomini! Simboli di attrattività non solo sul piano fisico, ma anche e soprattutto, grazie all'esperienza di vita, sul piano psicologico.

D'altra parte i canoni di bellezza cambiano con i tempi. Benvenuti nell'era delle pantere grigie!