

Il n. 69 di Cercasi un Fine sul tema “Moda-Vestirsi”, ora in distribuzione, per ragioni di spazio, non ha potuto ospitare i seguenti contributi, che siamo lieti di ospitare di seguito.

1. ricercando di Franco Ferrara
 2. meditando di Rosa Pinto
 3. disegnando di Anna Franca Coviello
-

1. ricercando di Franco Ferrara

il ritorno delle leggi suntuarie

vestirsi è un verbo riflessivo che rimanda all'immagine proiettata dallo specchio, per coglierne i significati possiamo rileggere la storia dell'abito che è una lunghissima, testimonia dei modi di vita e dei rapporti tra gli umani, il mondo animale non ha vestiti. All'abito si legano comportamenti sociali, elaborazioni culturali, modalità di comunicazione. La storiografia ha, di recente, dimostrato l'importanza dell'abbigliamento riproponendo il dibattito sulle “leggi suntuarie”, norme che, attraverso un apparato amministrativo, hanno regolamentato vesti e cerimonie nei Comuni dal Medioevo sino alla Rivoluzione francese. In seguito il modo di vestirsi sarà affidato alla libertà individuale e raggiungerà l'apice nel XX secolo.

Il vestito è strettamente connesso alla condizione sociale e quindi al contesto di vita della persona. È interessante leggere gli statuti comunali che prescrivevano la lunghezza dei vestiti femminili oppure per gli uomini il numero dei bottoni d'argento e di corallo sulla giubba. Le norme suntuarie erano difese dai predicatori francescani e domenicani, motivo dominante delle omelie era la necessità di deporre ogni vanità per seguire l'esempio di Francesco, che non esitò ad abbandonare ricchezze e tessuti delicati per indossare un ruvido saio come insegna del suo stato penitenziale. Il Comune duecentesco inaugura l'omologazione delle apparenze o, quanto meno, conferisce legittimità alla rappresentazione estetica del potere. Valeva per tutti, il modello estetico improntato alla modestia, ma negli stessi anni nelle botteghe dei sarti si progrediva nella produzione degli abiti che le leggi vietavano, o concedevano solo a pochi. I tintori realizzavano colori sempre più brillanti e duraturi, sarti e ricamatori affinavano le tecniche; borsai, calzolai, pellicciai, zoccolai e altri offrivano l'acquisto di prodotti affascinanti. Nel Medioevo sono poste le radici per la personalizzazione del potere attraverso l'apparire, e il vestito ne è lo strumento. Il desiderio di apparire faceva volare la fantasia insieme all'economia, modificava gusti e costumi, ma sollecitava anche il pensiero critico dei moralisti e preoccupava i governanti.

Una trasformazione avviene nel Cinquecento quando ha inizio la difesa del lusso ad opera di artigiani e bottegai, i quali vedevano un calo della produzione e delle vendite dei loro prodotti. È in questo periodo che si scatena il conflitto tra i predicatori dell'austerità, e coloro che favorivano “le spese pazze e vane”. Il lusso del vestirsi costituisce uno strumento formidabile di differenziazione sia sociale che individuale, ma al tempo stesso si coglie anche una spinta all'azzeramento delle differenze se non all'eguaglianza sociale, tramite l'imitazione: il lusso assume valenza economica e politica. La corte di Francia dei Luigi XIII e XIV è simbolo della difesa ad oltranza delle leggi suntuarie e quindi della nobiltà. I secoli XVI e XVII vedono il prevalere dei difensori del lusso, questo diventa causa di aspri conflitti tra aristocrazie ed ecclesiastici da un lato e classi popolari dall'altro e al lusso viene riconosciuto il ruolo di generatore di ricchezza. Si sostiene da più parti che il cambiamento dell'abbigliamento ha preceduto quello politico, cioè le modifiche estetiche hanno anticipato i moti rivoluzionari. Dalla difesa del lusso si transita alla sobrietà borghese. Gli uomini abbandonano parrucche, gilet, giacca lunga, tutto ha lo stile sobrio degli stessi borghesi. Il 29 ottobre del 1793 la prima misura rivoluzionaria prevede: “Nessuno potrà costringere un cittadino o una cittadina a vestirsi in maniera particolare...ognuno è libero di portare il vestito o la guarnizione che gli pare”. Questa dichiarazione non comportò all'istante l'affermazione della libertà, ma segnò la fine delle leggi suntuarie. Il vento della libertà entrò dappertutto, anche nelle istituzioni ecclesiastiche. Il Concilio di Trento aveva stabilito l'obbligo della tonaca nera e aveva potenziato la sontuosità dei paramenti. Nonostante la Rivoluzione, successivamente si torna all'uso delle regole suntuarie. Basti pensare a: nascita, matrimonio, funerali, momenti vitali che richiedevano vestiti codificati. Il bambino appena nato era fasciato con panni che dovevano

irrigidire il corpo. Il matrimonio rappresentava il primo “atto pubblico della famiglia nella città”, era uno spettacolo pubblico che offriva l’opportunità, soprattutto ai ricchi cittadini, di ostentare il proprio prestigio economico. Per i riti funebri le leggi suntuarie stabilivano che potevano vestirsi a lutto solo consanguinei, parenti stretti e chi viveva vicino alla casa del defunto, la salma esposta al piano superiore doveva essere vegliata soltanto da donne vestite a lutto. Inoltre, diversi capitoli erano dedicati a: vesti, corredo, defunti, veglia, trasporto, sepoltura, scioglimento del corteo, ritorno a casa della vedova, banchetto, anniversari della morte. Le celebrazioni della morte, dunque, più di quelli della vita, erano costituite da una precisa e codificata ritualità, in cui tutti i partecipanti con gli abiti a lutto fungevano da attori. I funerali fino agli anni ’70 del secolo scorso si richiamavano alle norme suntuarie, anche la morte richiedeva disequaglianze, solo nelle campagne e nelle città industriali queste erano meno evidenti.

Possiamo dire che l’abito ha sempre contribuito ad esprimere sia l’ordine sociale che la condizione della persona. Anche il lavoro è contrassegnato dall’abito indossato: in piena epoca industriale, dopo aver indossato per una settimana la tuta, la domenica bisognava mettersi il vestito della festa conservato con la naftalina. Ma, se la tuta esprimeva il simbolo della società di massa, i maestri d’arte, i tornitori, gli ebanisti si riconoscevano dal vestito, gilè e cravatta. Il dipendente pubblico era obbligato a portare sia sul lavoro che nella vita privata giacca e cravatta. I grandi totalitarismi del ‘900 richiedevano abiti per omologare le masse: il nazismo e il fascismo introdussero la divisa militare anche nella vita privata. Seguirono i regimi comunisti che utilizzavano la tuta e il doppio petto. Tutti abiti che coprivano il corpo in forma coatta in modo da rafforzare l’identificazione con il potere. Nella ricerca sulle leggi suntuarie non abbiamo incrociato il camice bianco del medico, comparso dopo la Rivoluzione, un altro capo di distinzione ma anche funzionale alle norme igienico-sanitarie. Con gli anni ’80, paradossalmente esse ritornano, anche se per scelta “libera dell’individuo”. L’abito che si indossa deve segnare le ore della giornata: la tuta per gli esercizi sportivi, l’abito per il lavoro si deve cambiare ogni giorno, l’abito del rientro a casa, quello per il riposo notturno, l’intimo. Alle stesse leggi si lega la ricerca sfrenata delle grandi firme che in tal modo garantiscono l’autenticità caratteristica degli abiti del nuovo Millennio è l’esaltazione delle parti del corpo stesso. Siamo passati velocemente dal corpo coperto dall’abito, all’abito che scopre il corpo. Ogni stagione, non solo quella estiva, è l’occasione per scoprire il corpo. Mentre per quanto riguarda i preti e i religiosi, questi hanno acquistato piena libertà, sono vincolati all’uso dei paramenti sacri ma nella vita quotidiana il vestito dipende dal contesto, in Africa, in America Latina, in Asia, ma anche nell’Occidente il sacerdote ha abbattuto la barriera della tonaca, anche se permane il colletto bianco per quando si va in TV. La domanda che ci resta è se in piena crisi il ritorno alla sobrietà, all’essenzialità, alla lunga durata dei capi di abbigliamento non passa attraverso la riproposizione di leggi suntuarie, ma da scelte libere.

[redazione di Cercasi un fine, Gioia del Colle, Bari]

2. meditando di Rosa Pinto

costume di scena! Vale la prima impressione?!

scriveva Virginia Woolf nel 1928 che “per quanto sembrano cose di secondaria importanza, la missione degli abiti non è soltanto quella di tenerci caldo. Essi cambiano l’aspetto del mondo ai nostri occhi e cambiano noi agli occhi del mondo.”

Utilizzando gli esili fili della psicoanalisi è possibile cogliere gli aspetti psicologici del vestire e la evoluzione della moda nei secoli.

Inizialmente la motivazione che era alla base del vestirsi era il bisogno di protezione e successivamente la moda ha sviluppato l’aspetto della decorazione. L’abito, infatti, nasce 8500 anni fa, nell’era glaciale, con la funzione di proteggere l’uomo con il pelame degli animali uccisi dal freddo, dal caldo e da lesioni fisiche. Col tempo affiorò la necessità di rendere gli abiti più confortevoli e più soffici. Iniziò così a svilupparsi la conceria, che si occupava di congiungere le pelli con aghi ottenuti dai denti degli elefanti preistorici. Successivamente con l’uso delle fibre vegetali si inventò la tessitura. La cultura Egizia sviluppò la raffinatezza nella manifattura dei capi di abbigliamento, ma con le guerre vi fu un ritorno indietro alla primitività dei modi di abbigliarsi.

Nelle epoche greche e poi romane si curò la realizzazione di tuniche di fattura semplice.

Dal medioevo in poi vi sarà una trasformazione delle consuetudini del modo di vestirsi mediante forme stravaganti ed ingegnose, che muteranno progressivamente le linee del corpo travolgendone la morfologia fisiologica. Nelle diverse culture l'abito è diventato strumento di moda, di comunicazione, di appartenenza etnica, di differenza di genere, di status symbol.

Oggi nella società del look la moda domina il mercato supportata dai mezzi mediatici.

Con l'introduzione del concetto di "moda" nasce il conflitto tra il senso della "decorazione" e la tutela del "pudore", ed il processo di mediazione fonda la centralità della psicologia del vestire.

Il pudore nasce come istinto ma se non è coltivato, si perde facilmente. L'abbigliamento e il pudore sono collegati, altresì, alla cultura di appartenenza ed alla evoluzione dei costumi, per esempio agli inizi del 900 la donna, che mostrava le gambe o indossava pantaloni, veniva additata come persona di facili costumi, nel settecento gli uomini indossavano pantaloni aderentissimi tanto da sembrare grotteschi. Alcuni popoli ancora oggi esibiscono il corpo quasi totalmente nudo senza suscitare imbarazzo. In occidente non si è fuori luogo se in estate al mare si può indossare il costume da bagno, tramutando le consuetudini sociali, però nessuno in città uscirebbe per strada semi nudo. Quindi a seconda delle società, delle tradizioni e degli usi e costumi, il concetto di pudore varia per esempio nella cultura araba la donna deve abbigliarsi, coprendosi totalmente, mentre nella cultura occidentale si scopre sempre più.

Ma è possibile considerare il valore del pudore e della sobrietà?

Il pudore è un modo di difendere e salvaguardare l'intimità dell'individuo e del suo corpo, in tutte le sue manifestazioni; la sobrietà indica, invece, la riservatezza con cui una persona si veste. Oggi al contrario si è fatto dell'ostentazione e del commercio del corpo uno stile propagandato e condiviso da tutti. Si parla, infatti, della "civiltà dell'immagine", amplificata dai sistemi mass mediali, che svolgono una straordinaria funzione pervasiva e penetrante nel tramutare i comportamenti sociali. Tutto questo ha creato un "costume" orientato verso modi di fare e stili di vita a volte in dissonanza con l'etica, il garbo ed il buon gusto. Si parla, infatti, di decadenza dei costumi specie per il grado di impudente ostentazione dei corpi poco abbigliati e con scarso decoro volti a suscitare curiosità morbose. Edgar Morin, sottolinea che nella società di massa vi è una propensione verso la progressiva femminilizzazione della società.

L'arte della sensualità diventa sempre più fondamentale nel nuovo modo di vivere.

Gli abiti femminili si orientano verso il 'Principio della Seduzione' poiché si è consolidata l'idea che gli uomini scelgano il partner in base alla loro capacità di suscitare attrazione. Gli uomini per di più curano molto la forma, il sex appeal, la esibizione dei muscoli, la cura delle sopracciglia ecc...

La ricerca affannosa della sensualità e dell'erotismo ha fatto ridimensionare il principio dell'eleganza e del buon gusto. A ben guardare, è stata la ricerca continua dell'apparire giovani e seducenti che ha screditato l'eleganza distinta e di classe del passato.

La permissività dei costumi si è basata su una erronea concezione della libertà umana. Per questo motivo l'abbigliamento facilita lo spostamento dell'erotismo dal corpo alle vesti, aumentando i livelli di attrazione sessuale, al punto da diventare un vero simbolo erotico. Le donne, infatti, oscillano fra atteggiamenti orientati a valorizzare la propria persona, mediante il trucco e l'abbigliamento senza suscitare emozioni erotiche, e l'utilizzo di piccoli accorgimenti estetici, indirizzati a stimolare la sensibilità maschile.

Molti giovani pensano che oggi non è facile vivere il pudore: è come remare controcorrente!

La pudicizia, invece, rende liberi di amare e di vivere la relazione amorosa nel rispetto reciproco. Altri pensano che sia una fatica inutile! Nei fatti bisognerebbe rivalutare il valore della compostezza, perché se fosse più apprezzato come dimensione preziosa, gli esseri umani cercherebbero di custodirla. Di conseguenza, l'eleganza, la bellezza, il fascino ed il pudore sarebbero in grado di coesistere, anzi si potrebbero esaltare vicendevolmente.

Oltre a tutto, le vesti si caricano di altri contenuti o/e equivalenti "culturali" quali il potere, la ricchezza, l'autorità (Flügel, 2003).

Gli abiti firmati vengono usati come "status symbol" per fare risaltare lo stato di ricchezza e potere della persona e/o spesso per coprire il vuoto di personalità, specie in coloro che per insicurezza tentano di camuffare e nascondere i loro aspetti di fragilità. Gli stilisti fanno a gara con la pubblicità per catturare clienti facoltosi desiderosi di essere ammirati e di sentirsi in ogni situazione impeccabili! Essi offrono una maschera rassicurante ed onnipotente alle persone bisognose di certezze formali!

Alcuni soggetti si orientano nelle scelte affettive, ricercando individui abbigliati con capi firmati, in quanto indirettamente vengono considerati facoltosi, sempre chic in ogni occasione, quindi sicuri, sempre al centro dell'attenzione e dell'invidia da parte di tutti!

Si dovrebbe ridimensionare il principio del vestire firmato, perché quello che conta è l'eleganza lo stile, la personalità, l'abbinamento armonico dei colori.

Se vi fosse maggiore libertà nella scelta del vestire e della preferenza dei colori, disporrebbero dei mezzi per dedurre da un punto di vista psicologico le caratteristiche di personalità di ognuno.

Difatti, si potrebbe affermare, modificando il detto del passato, che "l'abito fa il monaco"!

Ad esempio vi sono esseri umani che indossano la cravatta in ogni occasione per essere sempre in ordine e precisi, altri che preferiscono colori chiari per farsi notare, o colori scuri perché riservati, o jeans e maglia per sentirsi liberi e sempre in tenuta sportiva. Questo non significa che un individuo è superiore ad un altro, ma soltanto che essi hanno caratteri diversi, che si manifestano nel vestire. Ognuno, di conseguenza, esprime il proprio modo di vedersi e di intendere la vita attraverso il differente stile adottato: Classico, sportivo, elegante, trasandato...

Perfino la cura che ognuno ha per i propri abiti, non importa se sono firmati o meno, è importante. A volte, in realtà, alcuni amano andare in giro con abiti scuciti, sporchi, spiegazzati, sdruciti, evidenziando le caratteristiche di una personalità sciatta. Un abito in ordine denota che la persona ha cura di sé. In tante occasioni il modo di abbigliarsi è strettamente legato al proprio tono d'umore, e che in realtà a scegliere gli abiti sia la psiche, influenzata anche a volte dalle condizioni meteorologiche. Quando c'è il sole, la primavera, al mare, ci si veste meglio, più colorati, più allegri e vitali, i colori esplodono e anche la sicurezza che abbiamo in noi stessi risulta più accentuata.

Quasi sempre vi è un attaccamento scaramantico alla "divisa da esame", per esempio si sceglie l'abito che ha accompagnato un buon risultato in precedenza o che infonde sicurezza. Gli abiti diventano così oggetti simbolici semimagici, come tanti amuleti portafortuna, che danno sicurezza suggestiva, fondandosi su ritualismi di buon auspicio. In fondo esiste una nota paranoica dentro ognuno, incline al culto della sfortuna quasi sempre da esorcizzare!

Nel mondo del lavoro si può dire che "vale la prima impressione" specie nella selezione dei candidati ad un impiego. Si nota che i reclutatori siano influenzati spesso dalla prima impressione e dall'apparenza gradevole degli esaminandi e non dal merito.

"Anche i professionisti nella gestione delle risorse umane non sono del tutto immuni a queste dinamiche e tendono a considerare i candidati più attraenti come più adatti alle necessità dell'impresa e più facili da inserire nel gruppo di lavoro" (Marlowe et al., 1996).

Altresì, alcuni studi effettuati nella università di Harvard e pubblicati sulla rivista Nature Neuroscience, riferiti a ricerche svolte con alcuni volontari, sottoposti a risonanza magnetica del cervello, mostrano che l'area principale compromessa nella prima impressione è l'amigdala, nucleo grigio della base dell'encefalo, capace di ammonticchiare i dati della memoria emotiva, implicata nell'accostamento degli impulsi ricevuti con le emozioni passate. In sintesi, mentre l'ippocampo agisce definendo le somiglianze fra elementi stimoli del presente con il passato, l'amigdala entra nel merito della coloritura delle emozioni quale la simpatia o l'antipatia del soggetto visto.

Donatella Marazziti dell'Università di Pisa dice che "l'Homo sapiens" aveva l'esigenza di valutare immediatamente l'individuo con cui si imbatteva, se uomo o animale, per capirne i margini di pericolo. «Anche oggi l'amigdala continua a fare il suo mestiere: la prima impressione ha a che fare con la sopravvivenza e con le emozioni, è un qualcosa di atavico, per questo è così difficile modificarla in seguito».

Appunto per questo, l'esaminatore è vittima delle espressioni non verbali e dell'effetto alone, che gli impediscono di stimare con obiettività le caratteristiche reali della persona osservata, perfino evitando le dissonanze cognitive. Esso fonda il giudizio su poche e frammentarie informazioni, basandosi spesso e solo sull'esteriorità, pur dovendo prendere in considerazione alcuni dati come le preferenze sessuali, gli orientamenti politici, la formazione religiosa e l'estrazione sociale dell'esaminando per desumerne i tratti di personalità.

È bene quindi che il candidato abbia contezza dei processi dinamici dei reclutatori e tenti di dare un'immagine di sé deprivata da contraddizioni, in modo da accordare la propria fisicità e la propria professionalità con le richieste e le particolarità dell'azienda alla quale si presenta. Un portamento di questo tipo può fornire prove di adattabilità e flessibilità al contesto lavorativo.

F. Davis illustra come parecchie scelte che riteniamo rispondano a preferenze individuali siano in realtà riflesso dell'azione di profonde forze sociali e culturali.

Il nostro mondo sociale è ambivalente, caratterizzato da tensioni fra ruoli maschili e femminili, da distinzioni fra 'status' sociali e dall'espressione della sessualità. La ciclicità della moda riflette la complessità della nostra struttura sociale.

[psichiatra, psicanalista di gruppo, Bari]

Bibliografia

- AA.VV.: Psicologia del vestire Editore: Bompiani, Milano, 1972
- Fred Davis: Moda. Cultura, identità, linguaggio. Collana Strumenti 1994
- John Carl Flugel e Contributi di Gianni Tibaldi: Psicologia dell'abbigliamento, Collana Serie di psicologia, Textbook, strumenti didattici, 3a ristampa 2010, 11a edizione 2003
- Paola Pizza: L'ottimismo nella vendita. Come trasformare, attraverso la psicologia, le esigenze del cliente in opportunità di vendita di prodotti moda, Editore Franco Angeli, Milano 2004
- Paolo Sorcinelli: Studiare la moda, Editore Mondadori. Milano 2003

3. disegnando di Anna Franca Coviello



questo disegno è stato realizzato da Anna Franca Coviello, pittrice di Palo del Colle (Bari), che già collabora con il nostro periodico. La ringraziamo per la sua squisita disponibilità e per il dono delle sue opere.