

---

# **Leggere il linguaggio della moda**

---

Giangiuseppe Pili

*Una chiarificazione  
concettuale*

# Leggere il linguaggio della moda

Di Giangiuseppe Pili

## Introduzione e premesse

1. La moda come sistema complesso: normatività, prescrizione e descrizione
2. Onda lunga e onda corta: i due intervalli temporali della moda
3. Modelle e top model: le due autorità
4. L'ambiguità della moda e i tre cardini di essa
5. Esibizione: cosa è e in cosa consiste
6. Gli elementi dell'esibizione: copertura, moltiplicazione di potenza, segnali e marcatori
7. Esibizione e vestiario: il fallimento dell'unisex
8. Esibizione, trucco e chirurgia estetica
9. L'espansione dell'apparenza nel mondo dei social media

## Introduzione e premesse

Fissiamo subito alcune premesse di questa analisi *Leggere il linguaggio della moda*: (a) essa ha una utilità prettamente descrittiva, non si impegna in una disamina morale di quanto viene analizzato ed ha, così, uno scopo puramente scientifico. Questa postilla e premessa generale ci scongiurerà da considerazioni eventuali di natura morale. Va detto che ciò che rientra nell'esibizione è un contenuto moralmente carico e passibile di una indagine morale, come implicitamente si può evincere da alcuni richiami kantiani. Ma non era questo il nostro scopo, perché su questo io penso che ciascuno debba essere libero di farsi una sua opinione. A condizione che, appunto, se ne faccia una.

(b) La seconda premessa è che lo studio qui effettuato riguarda una disciplina estremamente complessa perché investe la totalità dell'essere umano. L'esibizione, cioè la configurazione dell'apparenza del soggetto rispetto ad un secondo soggetto definito come osservatore, attiene all'integralità dell'essere umano. Sicché cercare di mostrare il senso e il significato dell'esibizione riguarda in qualche modo un'area estremamente vasta e difficile da contenere ed impossibile da esaurire. Di questo il lettore ci scuserà: ognuno deve fare i conti con la propria limitazione, sicché noi siamo pronti a riconoscere i limiti stessi del nostro lavoro.

(c) La terza ed ultima premessa riguarda il debito verso il pensiero di Roland Barthes. Egli è indubbiamente stato il precursore di questa analisi ed è impossibile qui esprimere le molteplici intuizioni che abbiamo ripreso da lui, almeno nella lista di saggi presenti in *The Language of Fashion*, una traduzione in inglese di alcuni suoi lavori dedicati al sistema della moda, su cui dedicò un'intera monografia. Va detto che Barthes talvolta sembra troppo semiologo per essere anche filosoficamente interessante o, per meglio dire, se si fosse per un momento dimenticato di essere principalmente impegnato su un versante, ne avrebbe guadagnato in generalità. Ma questo è solo dovuto al fatto che il suo lessico attinge ad un linguaggio particolare, sicché va detto chiaramente che egli fu senza dubbio un pensatore lucido e brillante, almeno nelle sue analisi della moda.

Premesse a parte, questa analisi vuole cercare di inquadrare filosoficamente il fenomeno della moda. Che si tratti di filosofia *e non di moda* è evidente sin dalla struttura dell'articolo. Ad ogni modo, se Roland Barthes fu accusato di noia, cioè di aver scritto un testo che non rende giustizia alla frivolezza del tema, vale qui la pena di scusarlo per una semplice ragione. A me non pare affatto che il tema sia frivolo, perché chi lo concepisce come tale sta considerando solamente una parte della natura della cosa, cioè i sorrisi nelle réclame. L'esibizione dell'essere umano è una cosa tremendamente seria sia per lui che per la sua comunità di riferimento, sicché se uno vuole trattare il tema in modo tragico, semiologico o filosofico, è pienamente legittimato a farlo. Al limite non avrà molti lettori. Pazienza, non tutto si misura, come i soldi, in milioni. Inoltre, chi si vuole divertire, ha mille modi più efficienti che la lettura di simili lavori per trovare

soddisfazione. Per fortuna, essi servono principalmente ad altro. E' anche lecito avere uno sguardo attento rivolto ad un simile tema.

La moda è qui intesa come una sotto-parte dell'insieme dell'esibizione. Essa riguarda la produzione di vestiti, principalmente, e di prodotti di *make up*, collateralmente. In realtà, moda e trucco sono solo due parti della più generale esibizione dell'essere umano, che riguarda anche altri fattori. Di tutto questo si tratterà specificamente. In generale, dunque, il problema profondo è capire la logica di riferimento a cui gli esseri umani si sottopongono e a cui sono sottoposti nel momento in cui vivono in società. Dunque, vestiario e trucchi sono parte del suo armamentario. Essi sono autonomi ma non indipendenti e non escludono neppure forme estreme di esse, come l'intervento chirurgico, se questo è riconosciuto idoneo per risolvere un peculiare aspetto dell'esibizione umana.

Questo lavoro si colloca alla fine di una serie di riflessioni che sono riportate parzialmente in bibliografia. E' stato un viaggio, probabilmente ancora non terminato, su tutto quanto ho sempre riconosciuto come poco interessante, per delle ragioni che non ho alcun diritto di riportare. Detto questo, la mia intenzione è principalmente quella di capire ciò che non sono mai del tutto riuscito a comprendere. E probabilmente ci sono ancora degli aspetti oscuri, che verranno prima o poi colmati. Ma posso dire che effettivamente penso di aver fatto alcuni passi in avanti verso una maggiore comprensione di un aspetto dell'essere umano che ha un'importanza capitale per esso e quasi nessuno per me.

### **1. La moda come sistema complesso: normatività, prescrizione e descrizione**

La moda si configura come insieme di imperativi. Ad esempio, la prescrizione 'usa i jeans slavati' indica come ci si deve vestire, ma anche come giudicare il vestito degli altri. Sicché la moda è, tipicamente, un esempio di disciplina ambigua, in cui la prescrizione e la qualificazione seguono dallo stesso tipo di precetto. Ovvero, la formulazione della regola consente tanto la valutazione quanto la prescrizione. E non è un caso, infatti, che alcuni percepiscano la moda sia come una (imposizione) morale che come un sistema precetti pratici.

La descrizione nella moda, invece, è tipicamente l'identificazione di un modello che è anche un oggetto specifico: lo specifico capo di vestiario mostrato nella rivista non solo è un oggetto particolare, ma è anche il 'modello' di un concetto astratto di modo di vestire. Classicamente si considera il problema della rappresentazione di sé come qualcosa di codificato mediante regole che sono sia normative (sanciscono qualità) sia prescrittive (ti dicono cosa fare e come farlo).

La moda è un fenomeno ristretto, rispetto al problema più ampio di 'vestirsi', che è una parte dell'esibirsi (cfr. 5). Per esempio, ci si può vestire senza essere di moda. Nonostante tutto, si può essere *al di là* e *al di qua* della moda: si può essere 'fuori moda' o 'senza tempo'. Entrambe le accezioni hanno un senso. Nel primo caso, una persona utilizza strumenti (capi di vestiario, spille, marcatori, segnali (per la definizione di questi elementi si veda cfr. 6)) che non si usano più, cioè le norme della moda sono cadute in prescrizione. Nel secondo caso, si può essere *al di qua* della moda nel senso che si scelgono i vestiti in modo che essi non rientrano in nessun canone imposto dall'onda lunga e dall'onda corta della moda (cfr. 2): si è semplicemente indifferenti. La moda, infatti, segue un corso ben preciso mentre il 'sistema di vestiario' segue una logica di più lunga durata. Ad esempio, la camicia è ormai un capo 'al di qua' della moda giacché fa parte del capo di vestiario dell'Occidente medio da almeno due secoli e mezzo. Essere *al di là* della moda significa semplicemente usare sempre gli stessi tipi (categorie) di vestiti, indipendentemente dalle norme/prescrizioni della moda. Anche qualora si *rientrasse* nella moda, ciò sarebbe un caso. Per essere alla moda bisogna esserne consapevoli perché una parte importante dell'essere alla moda consiste nella sua interpretazione (vedi sotto).

Le norme della moda cadono in prescrizione secondo due ordini di tempo diversi e secondo due logiche diverse ma congiunte. Da un lato, c'è il fenomeno dell'onda lunga, secondo cui nella moda ci sono corsi e ricorsi: questo perché gli stilisti hanno un numero di scelte limitate e anche un numero di idee limitate (diceva Sun Tzu: sette sono le note, ma le loro combinazioni sono infinite. Certo, ma le note e le combinazioni rimangono vincolate ad un numero di regole assai esiguo...). Sicché essi ritornano a riutilizzare delle vecchie convenzioni per necessità: l'onda

corta (il momento specifico in cui si elabora la successiva stagione di vestiario) deve incrociarsi con l'onda lunga (il ricorso ad una vecchia norma). Sicché, da un lato, la moda si ripete, da un lato sembra non ripetersi mai, fatto ben noto sin da Barthes (1993): le idee vengono rielaborate e applicate in un contesto d'uso comunque diverso. Ad esempio, la salopette era un ambito per persone che andava a lavorare, che doveva avere le braccia libere per svolgere lavori manuali. Poi è diventato un ambito simbolo di un periodo in cui il lavoro manuale era certo l'ultimo dei pensieri di chi indossava consapevolmente la salopette. I jeans erano i pantaloni dei marinai genovesi, oggi sono i pantaloni più diffusi.

## **2. Onda lunga e onda corta: i due intervalli temporali della moda**

L'onda lunga della moda impone il trend dell'evoluzione complessiva del vestiario. L'onda lunga, cioè, interviene sui singoli pezzi di vestiario solo in quanto essi sono legati da una visione unica che si applica al vestito. Ad esempio, la lunghezza della scollatura non è slegata dal resto dell'abito, così come la lunghezza e la tipologia della gonna (con pieghe o senza, a tubo o no, lunga o corta etc. vedi Barthes (1993)) varia in funzione della sua relazione con il resto dell'abito.

Quindi, rispetto al lungo periodo, considerare la variazione di un singolo elemento è ininfluente, perché la causa risiede nelle idee degli stilisti che si modificano solo di poco. Questo perché la componente soggettiva dello stilista è vincolata al concetto generale della categoria di abito che sta modificando: siamo vincolati ad usare certi tipi di abito in certi tipi di contesto, sicché la componente intersoggettiva, che sancisce le norme di utilizzo di abiti in contesti istituzionali, oppone un limite alla rivisitazione complessiva dell'abito da parte della soggettività dello stilista.

La rivoluzione può essere solo nei dettagli, di superficie, ma non di sostanza perché l'abito comunque è vincolato ad un contesto d'uso: un professore universitario, un impiegato in azienda, una commessa o un medico non possono essere chiamati a rivedere il proprio abito d'ufficio una o due volte l'anno, se non in modo impercettibile e compatibile con altri elementi specifici del vestiario che già dispone.

Il limite della variazione sull'onda lunga impone lentezza perché devono cambiare le norme condivise, intersoggettivamente riconosciute e fondative dei contesti d'uso. Sia detto per inciso che, in realtà, le modifiche degli abiti rispetto agli ultimi quattrocento anni non sono poi così decisive, giacché essi sono costituiti sostanzialmente da una divisione netta tra parte alta e parte basse del corpo e i singoli elementi sono *concettualmente* sempre gli stessi. Questo è molto diverso, ad esempio, dagli abiti dell'antichità sia nell'uso latino e greco, che nell'uso dei popoli barbari del IV secolo d.C.. Quello che è variato è, invece, l'uso categorizzante dell'abito perché la società di massa ha succeduto la società elitaria dei secoli dell'*ancien regime*.

Variazioni sensibili sono, invece, possibili nell'onda corta. In questo caso, infatti, ciò che varia sono l'infinita serie di dettagli, segnali compresi, attraverso cui l'abito si personalizza in modo che diventi il tramite di messaggi subliminali delle singole soggettività. In altre parole, una persona è libera di utilizzare certi dettagli, resi disponibili nella moda *rispetto all'onda corta*, che lasciano passare un insieme di segnali che rimandano a certe intenzioni o significati (cfr. 5, 6, 7 e 8). Ad esempio, ultimamente va di moda il rossetto a tinte forti (un esempio potrebbe essere il 500 – ROUGE ESSENTIEL, prodotto da Chanel). Come vedremo più sotto, all'interno della moda va considerato anche tutto il complesso di mezzi attraverso i quali si incorporano messaggi all'interno del complesso del vestito (cfr. 5, 6 e 8).

Sicché, dunque, il trucco va considerato parte di questo trend, laddove la soggettività creativa dell'individui reinterpretava un abito combinandolo al resto della propria esibizione, giacché l'abito si configura come un tutto, trucco compreso. Sia detto chiaramente che la logica dell'abito non segue necessariamente la logica del trucco e infatti fa capo ad autorità epistemiche diverse (persone colte in materia che costituiscono l'esempio per tutti gli altri. Sulla logica delle autorità Pili (2013) mentre per un punto specifico si veda sotto (cfr. 3)).

Tuttavia, l'esibizione complessiva è il vero oggetto della moda (cfr. 4), a cui partecipano in varia misura abito e trucco e non solo (cfr. 5). Trucco che può essere anche assente, come nel

caso della moda maschile degli anni 50'. Tuttavia, oggi c'è un ritorno di un trucco diffuso anche in ambito maschile, caratterizzato non solo dal taglio di capelli (sempre più variegato) e in questi ultimi due anni (2015-2016) della barba (le date sono d'obbligo per la caducità di tali fenomeni); ma anche rispetto alla rifinitura delle sopracciglia (fatto sempre più comune, soprattutto nelle giovani generazioni, tipicamente le più ansiose di differenziarsi dagli anziani e che sentono maggiormente l'urgenza di sentirsi accettati all'interno della società e riconosciuti pari tra gli altri giovani).

Quindi, in conclusione, l'onda lunga interviene maggiormente sul costruito dell'abito *come complesso* perché richiede la variazione del complesso di norme intersoggettivamente riconosciute come base per l'utilizzo degli abiti nei vari contesti. L'onda corta, invece, impone variazioni più di dettaglio, che non influiscono molto sulla categoria-abito ma possono comportare piccole o grandi rivoluzioni sul complesso di segnali che sono associati all'abito. Onda lunga e onda corta sono due locuzioni per termini temporali. L'onda lunga rappresenta un *intervallo di tempo* rispetto al lungo periodo (cinquant'anni), così l'onda corta (un anno).

La scansione temporale segue le intuizioni di Roland Barthes (1993) che molto acutamente osservava le chiare differenze tra le due scansioni. Va rilevato, comunque, che tale fenomeno non stupisce nel momento in cui tutti gli eventi sociali possono essere descritti in tali modi e la storia di eventi storico-politici rilevanti tiene conto delle due tipologie di scansioni. Quindi questo non è un tratto peculiare dell'evoluzione della moda e del complesso dell'esibizione, ma era importante notare che *anche questo ambito* è soggetto alle stesse scansioni di altri tipi di eventi. Questi due intervalli temporali servono per discriminare due processi evolutivi autonomi (perché seguono logiche diverse) ma non indipendenti (perché l'uno è connesso all'altro e viceversa: l'onda lunga deve continuare a consentire variazioni richieste dalle necessità dell'evoluzione dei mezzi utilizzati nell'onda corta).

### **3. Modelle e top model: le due autorità**

La moda ha attirato studiosi (non troppi) per diverse ragioni ma, a mio parere, essa si travisa nel momento in cui non si tiene sufficientemente presente che la moda ha un obiettivo ristretto, che è quello di imporre un certo stile di vestiario ad un numero sufficientemente limitato di persone, vale a dire quelle che possono permettersi i capi della moda. Certo, poi questi hanno un ritorno sulla vita di tutte le persone economicamente capaci di comprarsi vestiti seguendo più o meno quello che credono gli interessi. Gli abiti della moda diventano 'modelli di consumo di vestiario' e, quindi, influenzano quelle persone che sono comunque sensibili al problema di come mostrare cosa con cosa nel modo appropriato, un insieme non equivalente e ben più ampio di quello delle persone che si interessano specificamente di moda.

I 'modelli di consumo di vestiario' seguono una catena di diffusione dell'informazione precisa: in primo luogo vengono prodotti, poi vengono indossati e infine vengono fotografati (riviste) o filmati (sfilate). Il vestito è solo una parte insignificante della moda *come fenomeno mediatico di massa*, su cui purtroppo non è lecito soffermarsi in questa sede, sebbene sia indubbiamente interessante scoprire i meccanismi più sottili di una simile industria culturale. In ogni caso, il passo che interessa a noi consiste nella base della moda, ovvero essa nasce nel momento in cui il vestito viene *indossato*. I modelli di vestiario vengono *interpretati* dalle modelle, che vengono rappresentate nelle riviste. L'abito, dunque, diventa così *modello con interpretazione*. L'abito da solo, soprattutto quando così sofisticato, non è interpretabile o non è infinitamente interpretabile. Serve un interprete che *ti mostri* come applicare le norme della moda nel modo giusto. A questo servono le modelle.

Le modelle, a parte rarissimi casi (quelle che, non a caso, si chiamano 'top model' ad esempio, Miranda Kerr, Adriana Lima, Irina Shayk, Bianca Balti, Katy Perry etc., si veda oltre) non danno ulteriori informazioni: ti mostrano le regole di uso ma non come *interpretare* l'abito in modo che sia consono a certi utilizzi collaterali. Perché una cosa è essere sensuali, una cosa è essere alla moda. Per essere alla moda non è richiesto essere sensuali. E la dimostrazione sono proprio le stesse modelle. E' un errore grossolano pensare che la moda del vestito si pone il problema della sensualità. Questo è un problema di *trasmissione di una certa informazione*

*soggettiva*. Il motivo è che la moda del vestiario si pone il problema dell'essere *adeguati rispetto ad un contesto sociale*, che è un fatto eminentemente intersoggettivo e che non richiama l'utilizzo di una ragione soggettiva (cfr. 4).

Per questo la moda produce materiali astratti, nonostante tutto: essa costruisce narrative su vestiti proprio perché deve spiegare in che modo l'abito rientra nelle condizioni di utilizzo intersoggettivamente riconosciute. Rimane il fatto, però, che la soggettività non può venire eliminata o, perlomeno, rispetto alla nostra società: le parti libere dal vestito sono aree di pertinenza della persona, che può sfruttarle nel modo che ritiene più pertinente rispetto ai messaggi che egli intende lanciare agli altri (cfr. 5 e 6). Su questo la moda *del vestito* deve essere permissiva perché l'abito *include* e non esclude la persona che la indossa (vedremo che proprio su questo si fonda la critica al concetto stesso di 'unisex' (cfr. 7)).

Sicché le modelle sono androgine proprio perché devono essere neutrali sulla materia: esse devono dire come utilizzare gli strumenti offerti dalla moda, non come 're-interpretarli'. Per questo ci sono le altre figure: le celebrity, pagate apposta per indossare un particolare marchio. Le celebrità sono modelli di consumo (ti dicono cosa consumare per raggiungere certi scopi, quasi sempre legati al divertimento condiviso, ovvero le forme di piacere da consumare in compagnia.) ma sono anche modelli di reinterpretazione della moda: essi ti mettono in luce che un abito alla moda può anche veicolare informazioni, segnali e significati. Che una top model sia una modella, lo dimostra il fatto che *deve* essere alla moda. Ma il fatto che non sia *solo* una modella si mostra dal fatto che essa *deve anche mostrare altro*. Sicché essere una top model o una celebrità di questo tipo non si esaurisce nel suo essere modella: la sua soggettività è importante perché diventa l'esempio (elemento specifico ma elevato ad emblema di una categoria) di interpretazione di un oggetto neutro (intersoggettivamente riconosciuto, l'abito e il trucco con possibili marcatori (cfr. 5 e 6) con scopi individuali (intenzioni) veicolati mediante messaggi (appendici degli abiti, ad esempio le borsette) o segnali (il complesso del *make up*)).

#### **4. L'ambiguità della moda e i tre cardini di essa**

La moda, dunque, è solo una piccola frazione del sistema dei vestiti. Il 'sistema della moda' si fonda sul sistema dei segni e dei significati del più ampio mondo della rappresentazione di se stessi attraverso l'abito. Questo mostra in modo inequivocabile che la parola 'moda' è ambigua perché racchiude sia la variazione degli abiti, sia la variazione dei segnali e marcatori che si impostano una volta scelto l'abito. Inoltre, la moda varia sia sul breve periodo che sul lungo periodo (onda lunga e onda corta, cfr. 2.), lungo e corto periodo che si è già visto essere legati ma autonomi (cfr. 2) a tal punto che le autorità epistemiche variano (cfr. 3).

La parola moda è così ambigua in quattro sensi e rispetto a due tipologie diverse di oggetti: (a) trucco e (b) vestito, rispetto (c) all'onda lunga o (d) all'onda corta. Va dunque notato che la parola si applica in modo consona sia alla moda del vestito, sia a quello che si dice essere 'in voga', che infatti viene forse impropriamente, ma chiaramente, detto 'alla moda'. Una canzone può essere 'in voga' e quindi essere 'di moda'. Se questo significato può essere criticato dai puristi, rimane il fatto che segnala il fatto che la moda è un fenomeno che riguarda la *massa* e attiene alla logica *intersoggettiva* in cui il soggetto è in una certa misura passivo (da qui uno dei motivi per cui alcuni rifiutano in blocco tutto il complesso di significati impliciti della moda e di tutto quello che ne consegue). Quindi, c'è un senso in cui è lecito parlare della moda come di ciò che fornisce l'insieme di regole di codifica e decodifica dei segnali impostati su marcatori (cfr. 6) riconosciuti nell'onda corta: questo è ciò che va in voga nell'esibizione (cfr. 5).

*En passant* va pure fatto notare che la moda ha ragion d'essere solo in quanto si innesta su una società di massa. Il che non significa che nell'impero romano non ci fosse qualcosa di simile alla moda. Come si vedrà subito sotto, ciò che rende possibile la moda è la necessità stessa di essere adeguati in un contesto in cui le regole d'uso sono riconosciute intersoggettivamente. Tuttavia va sottolineato che la moda in quanto *narrazione*, cioè quella che acutamente ha analizzato Roland Barthes (1967, 1993), ha senso *solo in quanto* si installa all'interno di una società che deve considerare la totalità delle persone al suo interno e tali persone sono un insieme sufficientemente ampio da non poter essere riassunto in discorsi orali o da tradizioni

idiosincratiche e parziali. Perché nella società di massa chiunque può essere un ministro, come chiunque può essere una top model, almeno in teoria. Ma per essere l'uno o l'altro occorre sapersi controllare, ovvero sapersi esibire (cfr. 6) nel modo appropriato.

Se il primo sintomo dell'essere è l'apparire, perché non si può esistere senza apparire, allora le persone sono generalmente molto preoccupate di apparire *come sono* (condizione oggettiva) oppure di apparire *come non sono* ma come vorrebbero essere (condizione soggettiva) in modo che gli altri possano credere di vederli in un certo modo (condizione intersoggettiva). La costruzione dell'apparenza si fonda su tre cardini, congiunti in modo complesso: soggettività, oggettività e intersoggettività.

Il polo soggettivo stabilisce dei limiti relativi alla persona che intende mostrarsi in un certo modo. In altre parole, una persona stabilisce cosa vorrebbe trasmettere agli altri attraverso la sua apparenza, anche in modo del tutto inconsapevole. Dato il fatto che non si può non apparire, anche quando si scelga inconsapevolmente, comunque si opera una scelta: si può essere la causa di *a* o la causa di *b*, sicché si può dire che c'è un senso in cui si sceglie anche senza saperlo, anche se ovviamente le conseguenze possono essere molto diverse. Quindi tutti prendono decisioni su cosa mostrare agli altri e come farlo.

Il secondo cardine è l'oggetto, definito da caratteristiche indipendenti dalla volontà o dai desideri del soggetto. Infatti, un soggetto può anche decidere di mostrare sé nudo, cioè privo di vestiti. Ma deve fare appunto i conti con la logica dell'oggetto, cioè il suo corpo. Tuttavia, egli può decidere di vestirsi per proteggersi, per lanciare un messaggio o per crearsi una sua 'storia' (moltiplicatore di potenza mentale): tutte queste cose non sono mutualmente esclusive. Sicché, in ogni caso, il soggetto sa che nel mostrarsi deve rifarsi anche alle leggi di impiego dell'oggetto, anche quando voglia mostrarsi nudo, che è chiaramente un estremo. All'altro estremo ci sono i vestiti che coprono integralmente il corpo (come certe divise militari, di ordini monastici o di operatori specializzati etc.). Ma anche quando l'apporto soggettivo è ai limiti, non è assente. Questo è ben mostrato da Van Creveld (2007), in cui si effettua uno studio acuto sulle variazioni delle divise da parte dei soldati e sui peculiari problemi che queste modifiche possono comportare.

Infine, sussiste anche una condizione intersoggettiva perché una persona che voglia comunicare qualcosa a qualcuno deve rifarsi a norme e regole che siano impiegate anche dagli altri, cioè i destinatari del suo messaggio, cioè delle sue affermazioni, cioè le proposizioni che possono essere desunte dal suo manifestarsi. Non è un caso, infatti, che chi ritiene importante decodificare il linguaggio del vestito di un altro, si intrattenga in lunghi ragionamenti su ciò che una persona vuole lasciarle intendere. Il lato intersoggettivo è, come si è visto, quello a cui è maggiormente interessata la moda del vestito, mentre è quello a cui si rivolge meno la voga del trucco. Si noti che una donna molto truccata, ma con vestito adeguato non viene rimproverata nel posto di lavoro per 'inadeguatezza'. Questo vale *oggi* perché si riconosce alle femmine – e limitatamente anche ai maschi – il diritto *positivo*, perché permissivo, di caratterizzarsi come crede. Quando la morale sociale (condizioni intersoggettive) considerava un certo tipo di trucco disdicevole, ecco che *il complesso dell'esibizione* veniva considerato sconcio, anche se l'abito poteva essere adeguato nel contesto d'uso. Questo vale anche per gli uomini, giacché indossare certi capi di vestiario veniva considerato una 'rottura del sistema'.

I tre pilastri del sistema di comunicazione del 'modo di porsi' si mostrano in tutta la loro chiarezza dal problema della pulizia. Il problema della pulizia ha una dimensione oggettiva: si è più o meno sporchi, l'abito è più o meno privo di macchie, presenta pieghe (Pili (2015)) etc.. Tuttavia la *percezione* dello sporco può essere molto variabile e la tolleranza è suscettibile alla sensibilità degli individui: un manovale ha una divisa spesso macchiata (inevitabilmente), il cui livello di sporco sarebbe concepito come intollerabile da un capitano d'industria. Però anche tra manovali e tra capitani d'industria possono esserci differenze tra il livello di *percezione* dello sporco. Questo, dunque, è il problema della percezione del problema dell'igiene. Infine, c'è anche un livello intersoggettivo che fissa delle norme di tollerabilità pubblica: in certi contesti il livello igienico può alzarsi (in una sala operatoria il livello igienico deve essere molto alto e infatti viene usato il grembiule per proteggere la divisa) ma anche abbassarsi (un operatore

ecologico sopporta un livello di sporco di un certo tipo). Tutto questo era già stato osservato da Barthes (1993), che acutamente aveva notato come il concetto stesso di “sporco” è parzialmente slegato dall’igiene e dipende inevitabilmente da un grado di soglia minima riconosciuto come insindacabile dalla collettività, cioè dal più ampio contesto sociale. Così un abito può essere sporco, anche se ha una insignificante macchia di olio, macchia d’olio che in un’altra epoca non sarebbe neppure stata oggetto di osservazione. Come si vede, dunque, i tre livelli interagiscono in modo complesso e in base alle persone uno può essere più dominante di altri ma essi sono sempre compresenti.

### **5. Esibizione: cosa è e in cosa consiste**

L’esibizione è l’apparenza di una singola persona concepita nella sua interezza. In questo senso, l’esibizione è sempre un atto la cui causa risiede nell’esistenza stessa di un soggetto, riconosciuto intersoggettivamente. Sicché l’esibizione non esisterebbe, se non esistessero gli altri. Da qui lo scetticismo nutrito su chi sostiene, piuttosto ingenuamente, che in un’isola deserta ci si mostrerebbe esattamente come al centro di Manhattan. E’ falso per la semplice ragione che in un caso l’esibizione non c’è, mentre nell’altro c’è: ovvero, in un caso l’esibizione semplicemente non sussiste. Perché? Perché l’esibizione è un fenomeno in cui il soggetto è solo una parte, mentre l’altro è l’osservatore. Tolto il soggetto è tolta la sua esibizione. Tolto l’osservatore è tolta l’esibizione, dall’altro estremo.

Quindi, si può dire che il soggetto sia *il noumeno kantiano* rispetto all’osservatore (perché quest’ultimo non può sapere cosa passa realmente nella testa del soggetto). E l’associazione con il kantismo non è un caso perché Kant stesso nella prima critica (Kant (1787)) sottolinea il fatto che la conoscenza dell’altro soggetto ricade nella metafisica, ovvero fa parte del *noumeno* che ha importanti ricadute in sede morale ma non da un punto di vista epistemologico, laddove esso è appunto il limite stesso della ragione conoscitiva. Dal punto di vista dell’osservatore, l’esibizione è ciò che può essere esperito immediatamente. Soltanto in seconda istanza l’osservatore può riconoscere il soggetto come tale, ovvero riconoscergli, per esempio, una certa personalità.

L’esibizione diventa consapevole e viene richiesta proprio perché c’è uno spettatore, anche fosse se stessi o fosse soltanto ipotetico. Per coloro i quali indagano le modalità di selezione dei sistemi per arrivare ad una *buona* esibizione è fondamentale la presenza dell’altro, semplicemente perché senza uno spettatore il loro lavoro è del tutto inutile. Va da sé che nella costruzione del complesso dell’esibizione si introduce la presenza della selezione sessuale (Pili (2014)). E infatti gli animali sono soggetti anch’essi alle stranezze dell’esibizione, laddove i caratteri sessuali dei maschi sono enfatizzati oppure passano attraverso la costruzione di un apparato apposito, come le corna dei cervi: la femmina seleziona il suo maschio da prove di forza o di apparenza. Ma se le prove di forza sono non necessarie, le prove di apparenza sono, invece, necessarie (Darwin (1859)).

Infatti, l’apparenza è il modo attraverso cui la natura fa passare il pane con il salame: una femmina di un cane non può sapere se il DNA del partner sarà buono nella congiunzione con il suo, non può neppure sapere se ha tare fisiche, ma se a lei il partner *sembra* inadeguato, allora non se ne fa niente. Tutto questo, è evidente, vale anche per gli esseri umani: non abbiamo accesso all’analisi fisico-chimica dell’elica del DNA del nostro partner e c’è un senso chiaro in cui questo non è interessante. Perché? Perché la natura ha costruito forme di esseri viventi capaci di selezionare capacità trofiche in funzione di un riconoscimento *per apparenza* e non *per sostanza*.

Questo si vede bene agli estremi: la deformità è nel mondo animale rifiutata, perché la *forma* è riconosciuta inadeguata da un punto di vista sessuale (così esplicitamente in Darwin (1859)). Quindi, è molto utile, dal punto di vista della specie, selezionare dei sistemi di apparenza che fanno passare virtù biologiche. Questo è il motivo per cui dalla dea madre alle top model si conservano segni distintivi di fertilità: sedere e seno. Il sedere è la parte che conserva il sesso della femmina, mentre il seno è ciò che soddisfa le esigenze alimentari della prole, ovvia zona erogena riconosciuta teoreticamente come tale sin da Freud. L’assurdità, poi, delle variazioni



delle regole intersoggettivamente riconosciute si mostra dal fatto che pur di mostrare un seno prosperoso, pur senza avere il fisico giusto (perché il seno è principalmente grasso), si ricorre al mezzo invasivo della chirurgia (cfr. 8) o di altri espedienti più o meno imperfetti.

All'interno dell'esibizione non si può sopprimere il richiamo sessuale, richiamo inteso in senso generale, ovvero anche come segnalazione di infertilità. Innanzi tutto, va qui notato che esistono molte asimmetrie tra i sessi (si veda Pili (2015)) e questo impone evidenti variazioni anche nell'esibizione relativa. Innanzi tutto, le femmine hanno perlomeno la scelta di segnalare disponibilità, fertilità o di essere, appunto, femmine: i capelli, per esempio, sono oggi il segno più distintivo a disposizione dei due sessi per mostrare differenze. Non è un caso perché gli abiti *ordinari e quotidiani* sono sempre più ambigui sotto questo punto di vista, perché si dice che bisogna essere uguali in tutto. Si tratta naturalmente della solita spiegazione che richiede intenzioni attive anche da parte di chi non pensa minimamente a queste cose. Salvo poi il problema chiaro che normalmente un maschio (in senso di genere anche quando scelto e diverso da quello biologico) vuole apparire come tale: se ad un maschio si dice che si veste da donna, probabilmente gli si impone un fastidio psicologico. Ad esempio, anche se sono un sostenitore della piena e completa parità dei diritti, a me non piacerebbe che qualcuno mi dicesse che mi vesto da donna. Stessa cosa vale per il viceversa.

Il sesso entra dentro l'esibizione molto più attraverso il trucco che non attraverso il vestito. Questo non tanto o non solo perché maschi e femmine hanno ormai una percezione reciproca di totale indistinzione perché si continua ad essere *distinti* (non necessariamente *disequali*, che è un'altra cosa). Ormai il mondo del lavoro vede le donne presenti in tutte le attività in cui sono presenti gli uomini, anche quando in maggioranza (come nell'esercito). Come già visto (cfr. 3), l'abito è vincolato alle norme riconosciute intersoggettivamente relative ai contesti d'uso. Dato il fatto che i diritti di esercizio del lavoro sono grossomodo identici per generi, allora cade il senso della distinzione sul piano dell'apparenza. Ha senso distinguersi se questa distinzione assume uno scopo. Ma una volta che la distinzione perde di utilità vincolata ad un obiettivo sancito da una credenza disposizionale con alto grado di forza motivazionale (Pili (2015c)), allora non ci si sforza in questa direzione. Risultato: nella società in cui gli uomini e le donne hanno poche ragioni per distinguersi, semplicemente si vestono allo stesso modo. Anche se questo è vero sino ad un certo punto, come si è già visto. La volontà propria dei generi di distinguersi e richiamarsi l'un l'altro resiste ad ogni retorica di appiattimento *anche in campo estetico*.

Tuttavia, il sesso ritorna nel trucco proprio perché è tipicamente l'area di intervento dell'*assenza* della copertura. Si costruiscono segni e segnali proprio laddove si può farlo. Un vestito con sopra del trucco è un vestito sporco. Ma un volto con del trucco non è necessariamente bello, ma sicuramente non è sporco. Se lo è, non lo è certo per il trucco: una macchia di rossetto su una camicia è sporczia, mentre sulle labbra non lo è. E' lo stesso materiale, è la stessa cosa ma la percezione delle due cose è distante.

Questo vale tanto per i maschi che per le femmine. I maschi possono enfatizzare la muscolatura con magliette che *lasciano molto spazio vuoto*, possono mettere in rilievo la fascia alta della muscolatura con camicie lasciate aperte etc.. Le donne hanno molta più libertà, qualora venga intersoggettivamente concessa, perché la loro sessualità investe più parti del corpo di quelle di un uomo, ovvero più parti del corpo sono in grado di richiamare la loro sessualità. Sul trucco si ritornerà (cfr. 8), per il momento valeva la pena di segnalare il punto.

Il trucco più il vestito è il grosso *oggettivo* dell'esibizione, perché il trucco e il vestito sono semplicemente degli oggetti posti sopra un corpo. Il resto è giocato, appunto, dal corpo sia in senso statico che dinamico. Non è un caso che i corpi riconosciuti *più* idonei siano soltanto alcuni e non tutti e variano dalle condizioni economiche e sociali di una società di riferimento. Quando il grasso era un alimento per ricchi, esserlo era sintomo di distinzione *positiva*. Perché da che mondo è mondo i ricchi vogliono distinguersi e i poveri devono seguire a ruota. Non sarà bello e senza dubbio è moralmente discutibile e io posso ritenere senza problemi che sia un fatto odioso, ma fa parte di quei processi inevitabili che bisogna pur considerare. Quando il grasso è diventato diffuso e distintivo di chi sembra inefficiente, ecco che il grasso è diventato un

discrimine negativo anche se non del tutto. Infatti, in natura il grasso è sintomo trofico perché serve a salvare l'animale dai momenti di difficoltà alimentare: l'avidità alimentare è dannosa solo per chi vive già nell'agio e può recuperare scorte caloriche a piacimento e senza sostanziale attrito da parte del mondo. Ancora oggi, ho sperimentato che la maggioranza delle persone che conosco preferiscono stare con persone con un po' in carne, piuttosto che con persone del tutto prive.

In ogni caso, anche il corpo è soggetto a norme sociali condivise che sono per lo più il riflesso della valutazione dei valori socioeconomici della persona. Per esempio, in stati totalitari e militaristi il culto del fisico muscoloso era portato all'estremo. Nelle società democratiche, invece, si assiste ad una maggiore attenzione alla distinzione di censo, laddove è il censo a determinare più vantaggi che svantaggi all'interno della compagine sociale. Inoltre, il censo è pur sempre suscettibile di variazione, almeno in linea di principio, legata a qualche genere di merito non vincolato a norme fisse o categorie *a priori* di persone (Pili (2015b)).

Oggi lo sport è il segno di colui che può investire del tempo per esso, cioè quasi nessuno: disoccupati, studenti, single o molto ricchi. Disoccupati, studenti e single sono tre tipici esempi di categorie se non negative, comunque che condividono delle difficoltà: lo studente non è economicamente indipendente, come il disoccupato e il single deve trovare il partner ed è sul piano familiare improduttivo (non può generale prole). E non è un caso che le celebrità si sottopongano a folli addestramenti e attività fisiche sfibranti solo per mantenere il corpo in modo che valorizzi certe qualità piuttosto che altre (si invita il lettore a cercare sulla rete i video dedicati a questo scopo).

Infine, una parte importante dell'esibizione passa attraverso la costruzione dell'apparenza dinamica, cioè dei gesti, della modulazione della voce e degli odori. Vale a dire tutta la parte dell'esibizione che passa attraverso altri sensi che non sia la vista. Sia detto per inciso che questa insieme di componenti è tutt'altro che collaterale e, talvolta, è quasi centrale quanto la parte visiva. Infatti, i gesti fanno passare l'educazione e la relativa sofisticazione della persona (cioè il tempo impiegato per l'addestramento specifico), stessa cosa per la modulazione della voce (che cambia, ad esempio, rispetto ai legami affettivi intrattenuti da una persona). Mentre gli odori sono qualcosa di primordiale e complesso allo stesso tempo. Molte donne utilizzano almeno una crema per l'idratazione completa del corpo, c'è poi quella specifica per il viso, struccanti o truccanti etc.. Non solo hanno creme per specifiche parti del corpo (solo per il viso ne esistono infinite), ma più di una per esse e diverse per età. Ed è quasi un uso universale (inferenza induttiva (Pili (2014b)) fondata non solo sulla mia esperienza diretta). Tutte queste cose hanno un odore. Se gli odori non sono bene armonizzati comportano un odore sgradevole, sicché richiedono anche loro studio. I maschi, invece, hanno problemi di sudorazione più marcata in varie zone del corpo (ascelle, pube e piedi) sicché anche loro apprendono i modi per evitare di sommare più odori in modo disarmonico.

L'esibizione, dunque, è il complesso dell'apparenza che si intrattiene nella relazione tra soggetto e osservatore. Essa è soggettivamente orientata alla costruzione di un fenomeno complesso che investe tutti i sensi, la propria sessualità e la propria presenza dinamica nel mondo (questo è particolarmente evidente nel caso dei tacchi Pili (2016)). Il corpo rientra pienamente all'interno dell'esibizione, anche perché esso è una componente imprescindibile di ciò che il soggetto è. Tutti noi siamo (almeno) il nostro corpo, quindi è il nostro corpo che prima di tutto deve apparire in modo perlomeno accettabile nel contesto in cui siamo (si faccia caso che addirittura i cadaveri sono suscettibili di trattamento ante sepoltura...). E il contesto, ovvero le regole intersoggettivamente riconosciute in esso, fa da limite ai potenziali desideri del soggetto. L'altro limite è il corpo e gli oggetti utilizzati dal soggetto stesso.

Il soggetto è, dunque, colui che si fa interprete delle regole intersoggettivamente riconosciute nei vari contesti *sociali* (un altro elemento che mostra il fatto che queste regole sono parte del mondo sociale e non del soggetto o dell'oggetto). Il soggetto però ha inevitabilmente anche l'onere dell'interpretazione delle sue esigenze rispetto al contesto in cui si trova. Ad esempio, si può pensare di fare buona figura in un contesto formale utilizzando la giacca ma senza cravatta perché, per esempio, al soggetto la cravatta non piace o lo fa sentire eccessivamente carico di

significati (e quindi in soggezione). Sicché le esigenze soggettive sono istanze che la persona inevitabilmente considera all'interno della sua esibizione, anche se è consapevole che le sue istanze soggettive devono essere armonizzate: per quanto possa sentirsi a suo agio nudo, egli dovrà trovare comunque un accomodamento.

## **6. Gli elementi dell'esibizione: copertura, moltiplicazione di potenza, segnali e marcatori**

Tutto quello che rientra all'interno dell'esibizione può essere distinto in vari modi. In questa sede, distinguiamo i vari tipi di caratteristiche di un oggetto che un soggetto può utilizzare in funzione di una sua intenzione. Innanzi tutto, un elemento può avere una funzione protettiva. Nel caso del vestito è tipicamente una copertura dalle intemperie ma anche il contenimento della propria sessualità. Può variare il livello di tolleranza, ma esiste sempre (credo) un limite alla sessualità, imposta dalla società. A parte il divieto dell'incesto, che è il primo e fondativo riconoscimento di civiltà (in tutte è presente), a me risulta che nessuna società ammetta la possibilità di vivere completamente nudi, anche quando a protezione dei genitali ci fosse soltanto una foglia di fico. Questo perché il vestito qui è il *segnale* di un limite. Il sesso è per definizione una attività indispensabile ed universale, ma proprio per la sua delicatezza (sia da un punto di vista igienico che da un punto di vista sociale) ha dei limiti.

Anche oggetti che non sono abiti possono comunque essere delle coperture. Ad esempio, gli occhiali da sole non esistono in molte società e non sono così utili da essere indispensabili. Tuttavia, essi sono un'indubbia protezione per chi li indossa o una comodità, cioè un oggetto che *agevola* le funzioni ordinarie di vita (vista).

Gli occhiali da sole sono un ottimo esempio di oggetto con più caratteristiche. Esso, infatti, ha chiaramente una funzione protettiva, ma è anche altrettanto chiaro che essi siano o possano essere anche un moltiplicatore di potenza mentale, cioè un oggetto che se indossato aumenta la *confidence* sociale dell'indossatore. Essi, cioè, costituiscono una causa fisica per un aumento di potenza psicologica da parte di chi li indossa, le cui ragioni sono principalmente dovute all'idea che l'oggetto venga riconosciuto dagli altri come trofico, socialmente molto positivo o sessualmente appetibile. Un esempio inequivocabile di moltiplicatore di potenza sono le scarpe con i tacchi (Pili (2016)). In definitiva, dunque, l'oggetto-moltiplicatore di potenza non sfrutta tanto le proprietà primarie (LINK) dell'oggetto, quanto le proprietà secondarie *associate* dalle persone. I moltiplicatori di potenza sono tali proprio perché il soggetto induce un senso di potenza maggiorata perché crede che la maggioranza delle persone gli attribuisca nuove proprietà in base a quell'oggetto.

I tacchi, poi, hanno un'altra ragion d'essere. Essi sono degli oggetti utili per lanciare messaggi. Essi, cioè, sono un segnale. Un segnale è tipicamente qualcosa che *di per sé* non ha alcun significato. Una spia rossa che non rimandi a qualcos'altro è una luce priva di utilità. Ma se al segnale si associa qualcosa, ecco che il segnale può essere molto utile. Per esempio, può evitarci di rimanere senza benzina. Ora, una scollatura può essere un segnale chiaro (può anche non esserlo), come può esserlo l'anello *nel dito giusto* (perché un anello che non sia all'anulare può avere un significato puramente estetico o di moltiplicatore di potenza mentale). La fede è appunto un segnale, perché esso è un oggetto privo di significato intrinseco, come ogni altro elemento del vestiario. Esso collateralmente è anche una protezione indiretta (giacché dovrebbe anche servire ad aumentare la probabilità che la persona mantenga il suo impegno nuziale, segnalando agli altri che si è già riempito il vuoto). Tuttavia è una protezione a condizione che sia un segnale.

Esistono infiniti segnali, perché le persone possono voler segnalare le cose più diverse e lo fanno in base alle loro esigenze e ai loro desideri. Naturalmente, come una spia può essere rotta o inaffidabile, i segnali possono fallire nel loro intento e mostrano, proprio nel caso di fallimento, quanto importante sia l'osservatore all'interno dell'esibizione perché un segnale non ha alcun senso se non perché c'è qualcuno che non solo è in grado di vederlo ma anche di leggerlo, cioè di interpretarlo correttamente. Da qui il divertente fatto che alcuni si lamentano che "x deve avere qualche problema, visto che ormai dovrebbe aver capito che io penso P: segnali gliene ho mandati a sufficienza". Ma il sistema segnaletico non è un sistema

proposizionale, sicché i significati sono assenti ovvero, sono soltanto quelli ipotizzabili o attribuibili alla persona.

Va notato che una delle ragioni della pochezza del mondo dell'apparire si fonda, secondo i critici, proprio sul fatto che i segnali sono molti e non veicolano alcun significato. Ovvero, essi non sono simili ad una proposizione munita di senso e significato. Essi non rimandano a nulla, non ci danno alcuna visione del mondo. Possono indurla ma non la significano. Se c'è, quella visione del mondo è solamente *mascherata* in modo che si mostri per via inferenziale allo spettatore. Il che significa che il tempo speso nella costruzione dei segnali, che richiede un addestramento specifico e selettivo, svia inevitabilmente dalla costruzione dei significati a cui quei segnali dovrebbero rimandare. Non è un caso, infatti, che una suora di per sé appaia come tale e la sua visione del mondo è *palesata* attraverso l'abito. Ma se lo spettatore non coglie il segnale, cioè non sa che l'abito di una suora *mostra* il suo essere suora, allora esso fallisce nel *rimandare* alla visione del mondo della suora. Infatti, l'abito monastico è utile proprio perché solleva chi lo indossa dal costruirsi un modello *ad hoc* che rimandi alla sua visione del mondo che, si suppone, sia codificabile dall'insieme di credenze condivise nello spazio sociale.

Infine, esistono i marcatori. I marcatori sono degli oggetti capaci di evidenziare una certa caratteristica che il soggetto vuole saliente. Questo si vede molto bene nel trucco delle sopracciglia. Rifarsi le sopracciglia serve principalmente a *marcare* un'espressione della persona che assume una certa *disposizione standard* nei confronti degli altri. Perché? Perché le sopracciglia hanno come scopo principale (da questo punto di vista) quello di *marcare* una certa espressione. Va da sé che i marcatori possono essere di diverso genere, cioè passano dal vestito e arrivano ai gioielli (una collana in una scollatura o un tatuaggio in un braccio muscoloso etc.). Si faccia caso che tutte queste caratteristiche non sono proprietà di insiemi equivalenti. Infatti, ciò che protegge può essere incapace di moltiplicare potenza mentale e viceversa. I tacchi sono pericolosi per la salute, ma dovrebbero essere efficienti moltiplicatori di potenza mentale. E così via. Tutte queste cose contribuiscono a formare l'esibizione. Non tutte sono necessariamente presenti, ma almeno una deve comparire. Concludendo, qualsiasi oggetto che sia all'interno del mondo dell'esibizione ha almeno una di queste funzioni, al più tutte ma mai nessuna.

## **7. Esibizione e vestiario: il fallimento dell'unisex**

Se l'esibizione è il complesso delle attività congiunte di trucco, vestito, segnali, marcatori etc., va comunque detto che niente si può sostituire al corpo. Se il soggetto è l'oggetto dell'esibizione, ovvero la sua apparenza, allora il suo corpo è l'obiettivo *de facto* di tutta la sua esibizione. Questo è inevitabile. Se così stanno le cose, l'unisex è semplicemente un mito.

L'unisex è un mito perché la soggettività è sessualmente caratterizzata. Questo è stato, paradossalmente, messo in luce proprio dalle femministe perché esse fanno più di tutti notare che il soggetto concepito "alla occidentale" è un *maschio bianco occidentale adulto economicamente caratterizzato e socialmente determinato*. La negazione di questo non significa sospendere l'idea che un soggetto sia *asessuato*. Al contrario: il soggetto più astratto concepito dalla cultura notoriamente più amante delle astrazioni è sessualmente definito. Ogni soggetto ha uno sguardo sul mondo che non è privo di sessualità. A prescindere che questo possa essere opinabile, nel contesto dell'esibizione questo rimane un dato di fatto *ovvio* e *banale* ma non scontato da un punto di vista teorico.

Le prove empiriche di questo fatto sono infinite, ma si vedono bene proprio dal fatto che anche quando gli *items* del vestiario sono tipicamente unisex in termini di categoria (giacca, camicia, pantaloni...) non lo sono la gran parte delle loro manifestazioni. Una giacca rosa è ancora quasi sempre appannaggio della donna. Ma in modo più fine questo si può osservare dall'accorgimento delle giacche maschili di sottolineare la forma 'squadrata' del corpo del maschio. Questo fatto lo trovai sconcertante e lo scoprii quando vidi con stupore che alcune giacche sofisticate per uomo non solo hanno due soli bottoni, lasciando scoperta la parte centrale del busto, ma non vanno abbottonati entrambi. Perché? Perché abbottonando solo quello in alto si conferisce una forma dell'abito che accentua la fascia alta della muscolatura maschile e si crea un effetto visivo che richiama chiaramente una parte erogena del maschio.

Cosa curiosa è il fatto che lo stesso effetto non si ottiene se si abbottona il bottone in basso, che infatti tendenzialmente non andrebbe abbottonato.

Ma quello che, a mio parere, rimarca questo fatto inequivocabilmente, cioè la resistenza dei generi all'unisex, sono proprio i capelli. Sebbene nulla vieti di avere lunghe chiome anche ai maschi, è molto raro vedere un uomo con una lunga capigliatura. Mentre è molto raro vedere delle donne in età fertile con capelli al di sopra delle orecchie. Sottolineiamo il fatto che i capelli lunghi sono delle donne in età fertile perché questo non vale per le donne in avanti con l'età. E' un fatto curioso che ho avuto modo di notare anche con altre persone. Sarà un caso e naturalmente tutte le donne in avanti con l'età negano questa correlazione (giustificano il taglio più maschile con il fatto che le ringiovanisce). Ma sta di fatto che oggi le donne tengono molto ai capelli e non è un caso che i capelli da donna siano un fatto molto raro, da almeno cinquant'anni a questa parte (gli ultimi utilizzati in massa erano degli anni cinquanta e molto piccoli). Il cappello celerebbe i capelli che sono diventati un segno e marcatore di fertilità e genere in modo, a mio parere, inequivocabile. Nessuna top model a mia conoscenza si taglia i capelli corti o, se lo fa, non li tiene per un periodo prolungato. L'attuale miss Italia ha i capelli tagliati corti, ma sono caratterizzati in modo che nessun maschio li vorrebbe emulare e infatti non vengono da loro emulati e in ogni caso la scelta della miss è indubbiamente minoritaria (si consiglia il lettore di andarsi ad accertare dei fatti per verificare le assunzioni qui poste). I capelli, dunque, sono fondamentali nel lanciare il segnale che all'interno dell'abito c'è un uomo o una donna.

Che i capelli siano avvertiti più importanti dalla *massa* delle donne piuttosto che dalla *massa* degli uomini potrebbe sembrare opinabile. D'altra parte, il fenomeno del trapianto di capelli per i maschi sembra negare questa affermazione. E prima del trapianto si spendono soldi in medicine (più o meno inutili) ovvero si investono capitali in parrucche (ormai fuorimoda). Ma c'è un insieme di indicatori molto eloquenti dell'asimmetria che non fa capo ad opinioni più o meno personali. In un recente studio dell'ISTAT (Istat (2008)) una buona percentuale di donne dichiarava di spendere il proprio tempo libero nella cura dei capelli ed era anche la principale occupazione riportata da esse nel tempo libero.

Ma se questo può ancora essere opinabile e forse lo studio è come al solito viziato dai noti *bias* delle statistiche, i barbieri e i parrucchieri parlano chiaro. Il prezzo di un taglio semplice per uomo in un barbiere di Milano (notoriamente non economici quanto altre parti d'Italia) è di 15 euro, includendo anche i barbieri non italiani. Il prezzo di un taglio semplice da donna è di almeno il doppio. E la distinzione rimane vera anche in zone d'Italia con tagli di capelli più economici e anche all'interno della stessa categoria. Inoltre il carnet di offerte per i trattamenti dei capelli di donne è perlomeno il doppio di quello indicato dai barbieri dedicati solo ai maschi. E il risultato è, infatti, che i parrucchieri hanno quasi eliminato la mia molto amata categoria dei barbieri. Se il prezzo fissato per un taglio di capelli di una donna è circa il doppio, significa che la domanda è molto più alta. Quindi, anche solo da questo, sembra lecito inferire che la cura dei capelli della donna è molto maggiore di quella di un uomo. A questo si aggiunga che la varietà dei prodotti e cosmetici per i capelli delle donne sono assai maggiori e più costosi dei corrispettivi maschili (che infatti *devono* adattarsi anche a quelle delle donne per essere competitivi sul mercato ma non vale il viceversa).

Il fallimento dell'unisex è mostrato anche da un altro fatto. Quando le persone si riuniscono in momenti puramente ricreativi, quando il loro impegno sociale non è finalizzato allo scopo di produrre i mezzi di sussistenza, esse enfatizzano a dismisura il *sex* anche quando l'abito sia *unisex*. Questo fenomeno potrebbe apparire sconcertante, ad esempio, alla generazione degli anni '60-'70, che fondava rivendicazioni politiche e sociali proprio sul rifiuto di tutto questo. Ma proprio in quanto la distinzione nel vestiario è povera, essa trova il suo sfogo in altri ambiti. E così il trucco diventa 'pesante', cioè appariscente. E non è solo un'esigenza limitata ad alcune persone espansive: è un'esigenza generale per chi vive in una società in cui è difficile mostrarsi come parte di un genere piuttosto che di un altro. E questa è anche la causa della diffusione, a mio avviso irriguardosa nei confronti della dignità della persona (per una analisi sulla posizione kantiana a cui mi sto rifacendo, Cosio (2016)), della chirurgia estetica (cfr. 8).

Si noti, infine, che tutte le top model attualmente utilizzano un trucco solo apparentemente non pesante, ovvero anche quelle che sembrano lasciate al naturale (con la curiosa etichetta di 'acqua e sapone') sono in realtà molto truccate. Per avere una riprova di questo fatto consiglio di cercare i blog delle fashion blogger, i video dei tutorial sul trucco su youtube per scoprire tutti i mezzi attraverso cui le top model valorizzano il proprio aspetto. Si scoprirà immediatamente (a) l'infinita varietà di prodotti per ogni parte del volto (la parte, cioè, in cui i segnali si moltiplicano), (b) il loro costo complessivo e (c) le tecniche di utilizzo che richiedono tempo di addestramento e l'elaborazione di una certa sensibilità. Ci sono informazioni per ogni parte del volto, anche zone che reputavo intruccabili sono in realtà oggetto di studio, premiate dalla produzione di *make up* specifici.

Concludendo, vorrei portare una controprova. Se l'unisex dovesse essere davvero il canone imperante nella società di massa occidentale contemporanea, allora questo dovrebbe essere vero anche per tutto il resto del complesso dell'esibizione della persona. Sicché il trucco dovrebbe essere identico, sia per maschi che per femmine. Non solo il trucco, ma anche gli artefatti con scopo di moltiplicatore di potenza, marcatori e segnali dovrebbero essere identici. Inoltre, le persone dovrebbero neppure avvertire la necessità di una tale distinzione. Le cose stanno evidentemente in modo opposto: il trucco è sempre più diversificato, i marcatori sono completamente diversi e i segnali continuano a mantenersi distinti. Anche l'addestramento specifico è diverso, come è diversa la sensibilità richiesta per trovare i segnali migliori e marcatori adeguati. E sono distinti anche gli investimenti economici, che sono sempre un indicatore oggettivo, perché non vincolato alle singole soggettività ma a tutte nel loro complesso. Perché i generi continuano a volere la loro parte. E non c'è nulla di strano.

## **8. Esibizione, trucco e chirurgia estetica**

Proseguendo nell'analisi del trucco come fenomeno dell'esibizione, va dunque notato che esso assolve principalmente il ruolo di marcatore sessuale. Gli esempi all'estremo sono chiari. Il trucco è, in generale, un modo per far apparire qualcosa in modo che sembri diverso da quello che è o, nel migliore dei casi, sembri esattamente ciò che è. Un paio di labbra carnose possono semplicemente richiedere se stesse per essere avvertite come sensuali, ma un paio di labbra sottili potrebbero richiedere un qualche genere di trattamento per apparire diversamente.

Lo scopo del trucco è quindi triplice: serve a mostrare ciò che già c'è, serve ad enfatizzare qualcosa che c'è ma non è come si vorrebbe che sia (ovvero, che sia percepito così com'è), serve a segnalare qualcosa a qualcuno. In generale, un  $x$  è un trucco a condizione che  $x$  posto sull'oggetto  $y$  ne mantenga invariate le proprietà e ne amplifichi la percezione da un punto di vista intersoggettivo, sicché posti due soggetti  $S_1$  e  $S_2$  il trucco  $x$  mostra  $y$  in modo che  $S_1$  e  $S_2$  idealmente riconoscano  $x$  attraverso  $y$  allo stesso modo. Se per l'esistenza del trucco è richiesto soltanto questo, cioè che si veda qualcosa in un modo specifico e intersoggettivamente avvertito, allora la chirurgia plastica è un caso estremo di trucco.

Infatti, qual è la differenza specifica del trucco? Esso modifica temporaneamente la percezione del corpo di una persona da parte di uno spettatore idealizzato. Per modificare la percezione del proprio corpo esistono invero due possibilità: si modifica ciò che sta sopra il corpo o si modifica il corpo stesso. La chirurgia estetica, dunque, è un'estensione del concetto di trucco così come l'addestramento fisico (la differenza è che nel secondo caso si crede che questo addestramento porti anche vantaggi in termini di salute. Non starà a me dimostrare che questo è un fatto accidentale, se lo è). La logica della chirurgia plastica è la medesima che investe la logica del trucco, ma si interviene con modalità e forme diverse. Ma la logica è la stessa perché l'obiettivo finale è esattamente lo stesso: l'esibizione di sé mediante la modifica di una parte di sé.

Va notato, dunque, che il trucco opera da due lati: modifica la percezione di sé mediante la variazione della sola apparenza oppure modifica l'apparenza a partire dalla modifica permanente di sé. Questo è proprio solo della chirurgia estetica? Assolutamente no. Intanto, i buchi alle orecchie sono una modifica permanente del proprio corpo e sono riscontrati in società molto antiche, visto che la produzione di orecchini è, com'è noto, assai antica. Per indossare orecchini bisogna quasi sempre bucarsi le orecchie, quindi questa semplice operazione è già

sintomo del fatto che la chirurgia estetica è solo un ultimo espediente. Infinite società diverse da quella occidentale fanno anche altro, ad esempio: buchi al naso, inserimento di dischi nelle labbra, utilizzo di anelli al collo, mutilazioni selettive etc. sono solo degli esempi dello stesso fenomeno. Alcune società orientali imponevano l'uso di scarpe strettissime alle donne, imponendone la modifica stessa dell'ossatura del piede.

Non è un caso che la nostra definizione di trucco fornita sopra consenta di definire l'intervento chirurgico e l'addestramento fisico (spesso condizioni combinate...) come trucchi. La chirurgia plastica è un caso speciale o estremo di trucco, ovvero un trucco portato alle estreme conseguenze. La chirurgia plastica è la 'soluzione definitiva' di un aspetto che la persona vorrebbe comunque truccare. Non sto portando la mia opinione, ma chiunque voglia criticare la chirurgia plastica deve assumersi l'onere di criticare anche il trucco. E' interessante chiudere con la constatazione invero ovvia che la maggioranza delle persone con cui ho parlato di questa curiosità si sia trovata sul versante di accettare il trucco *senza* considerare la liceità della chirurgia plastica. Ma alla richiesta di fornire ragioni, non c'è stato alcun trucco: nessuna risposta soddisfacente.

### **9. L'espansione dell'apparenza nel mondo dei social media**

Chiudiamo questo saggio con qualcosa che, in sé, non aggiunge nulla rispetto a quanto detto fino ad ora. Infatti, i social network non hanno creato la moda, non hanno creato il problema dell'esibizione e non hanno fatto altro che sovrapporsi ad una dimensione già esistente. Ovvero la dimensione dell'esibizione pubblica condivisa e oggetto di riflessione da parte dell'ampio spazio sociale. Tuttavia, è interessante sottolineare alcune novità o, perlomeno, alcuni fenomeni emersi nei social network (per una analisi generale, Rossolini (2014)).

Prima di iniziare l'analisi, vale la pena di riportare un fatto che mi venne fatto notare qualche tempo fa e di cui ero all'oscuro, giacché non sono iscritto a facebook o ad altri social di questo tipo (per chi voglia scoprire il motivo Pili (2013b)). Un giorno un mio coinquilino mi fa vedere una fotografia di un ragazzo che mostrava il suo deretano con la scritta dell'università di appartenenza. Non mi fece sorridere ma mi venne spiegato il motivo di tale *risposta*. Perché di questo si trattava. Di una risposta. Di una risposta ad un'altra serie di foto che era di studentesse universitarie che avevano scritto la loro università o direttamente sul seno esposto da una scollatura ovvero nella maglietta che celava (ma solo per rendere più evidente per contrasto) il seno prosperoso. Allibito da questo fatto, si scoprì che era diventato un fenomeno relativamente virale, parola abusata all'infinito ma tant'è... Le persone in questione non mettevano in mostra la loro faccia, tuttavia va fatto osservare che risalire alla fonte, cioè alla causa, non è una cosa difficile per nessuno che sappia utilizzare i social network.

Esempi come questo possono essere replicati *ad libitum*. Se vogliamo simili fenomeni di esibizionismo non sono certo stati inventati dai social. Ma i social rendono queste attività *sociali* molto più facili da trasmettere e condividere. Rileviamo il fatto che le facce non venivano messe in mostra, per un residuo senso di pudore, forse. Ma su instangram, social dedicato alle immagini, simili sotterfugi vengono a cadere perché privi di senso: l'obiettivo stesso è mostrare se stessi. I selfie sono un sintomo di questo fatto, selfie altra parola coniata dall'era delle foto a costo zero (oggi che le foto non hanno più un costo per essere riprodotte, è possibile fare autoscatti come se non ci fosse un domani o proprio per il terrore di scoprire che esiste anche un domani).

L'esibizione (cfr. 5) è un fatto connaturato all'essere sociale dell'uomo e alla sua vita intersoggettivamente concepita (cfr. 4). Nell'era dei social essa, però, ha acquisito una nuova valenza sia sociale che politica, giacché la politica è sempre più invasa dall'esigenza di acquisire consensi proprio tramite lo sfruttamento sistematico dell'esibizione. Fatto antico quanto il mondo (basti pensare a Mussolini o al culto della personalità di Stalin). Il punto, però, è un altro. E cioè che i social hanno *espanso* la dimensione dell'esibizione, rendendola paradossalmente ancora più importante. Soprattutto, oggi tutti possono credere che la loro vita sia pubblica. Infatti, la vita sul web diventa, così, l'espansione dell'attività quotidiana delle

persone, con il risultato che queste si identificano con la narrazione che esse costruiscono insieme alle altre proprio sui social network.

La narrativa delle persone su di sé è anch'essa un fatto storico antico, se Natalia Ginzburg ci scrisse su un libro per parlare del 'lessico familiare', che è tutt'altro che una cosa esclusiva del 'familiare' ma di tutte le compagini sociali in cui i membri si identificano come si vede bene dal caso delle case di studenti (Pili (2015c)). In ogni caso, dato il fatto che la persona è diventata pubblica anche nell'etere (cosa propria dell'era di internet perché la televisione non aveva la possibilità di imporre questo spazio a ciascuno. E infatti oggi sempre più la televisione tenta di avvicinare l'uomo comune); dato l'etere, dunque, la *narrazione individuale* passa anche attraverso lo scambio di informazioni attraverso i social e internet in generale.

Anche volendo, internet non consente di sostituire la persona reale perché su internet si possono scaricare informazioni. Internet, cioè, è una grande *testimonianza*, un sistema che collega le persone indirettamente e rende accessibili i fatti soltanto per rimbalzo, come ogni sistema di comunicazione: collega, appunto, due persone che sono al di là e al di qua del computer. Tuttavia, non può andare oltre questo. Sicché le persone che vogliono utilizzare internet sono vincolate *ipso facto* alla struttura di questo media, che funziona esclusivamente per immissione di dati che sono *esterni* alla rete.

Se le persone vogliono socializzare su internet devono, gioco forza, costruire una identità parziale. Parziale perché la loro corporeità può soltanto essere testimoniata, ma non conosciuta per via diretta. Questo consente l'instaurazione della condivisione della propria esibizione, che può diventare così totalmente autonoma dall'esibizione quotidiana. Diventa autonoma parzialmente, ma può essere strumentalizzata in modo che la persona e il suo avatar siano solo congiunte ma non del tutto sovrapponibili. Internet ha sue regole di utilizzo, sicché per ricostruire se stessi in internet, bisogna saperlo usare. E siccome la testimonianza è per sé stessa una selezione di materiali, anche i social non possono ricreare mai del tutto la persona che decide di condividere in essi informazioni.

Il risultato è che le persone non tanto si identificano sulla piattaforma social, ma sono consapevoli del fatto che sono rappresentate in essa. Rappresentazione che costituisce un limite e opportunità. Quindi, ciò che si può mostrare in internet è prima di tutto la propria esibizione complessiva, ma filtrata proprio perché per tutto quanto detto non può né potrà mai essere totale. E allora le persone che diventano *utenti*, cioè *utilizzatori*, si interfacciano in modo che la loro immagine *assuma una certa forma*.

La solitudine è un fenomeno connaturato alla natura umana e trova soddisfazione in vari modi ma tutti questi richiedono le altre persone. Ritornando all'esempio del seno universitario, cosa ci può dire? In primo luogo, che le persone volevano condividere qualcosa. Prima di tutto e ovviamente la loro sessualità, marcata e caratterizzata. E' così? Be', basti dire che una persona come me, priva di seno, non avrebbe potuto scrivere assolutamente niente laddove non c'è proprio niente. In secondo luogo, che quella sessualità è veicolo di cultura, giacché quella persona mostrava il seno correlando una informazione sulla sua appartenenza ad una università, da sempre sintomo di distinzione economica, sociale e culturale. In terzo luogo, che esse si sentivano sole. Almeno relativamente al fatto che volevano far sapere *agli altri* che loro hanno certe caratteristiche. Infatti, come già osservato ad usura (cfr. 1, 4, 5, 6, 7 e 8) l'esibizione non esiste senza spettatore, anche solo ipotetico. Se non si fossero sentite almeno parzialmente sole, si sarebbero semplicemente fatte il *make up* di fronte ad uno specchio. Ma l'esigenza di *mostrare* ovvero *mostrarsi* era troppo forte. Cioè non si voleva rinunciare alla *pubblicità*, cioè allo spazio sociale.

Se questo è, chiaramente, un fenomeno estremo (anche se, ovviamente, ne esistono di molto più estremi), va detto che questa legge vale in ogni contesto in cui una persona metta a disposizione una parte della propria esibizione su internet. Le mie poche foto sulla pagina facebook di SF2.1 (che non è gestita da me) sono state scelte per lanciare un messaggio e l'ho fatto consapevolmente.

Cosa mostrano, dunque, i social? In generale, mostrano molto bene la terribile condizione di solitudine in cui ci si ritrova quotidianamente immersi e la necessità diffusa di venire osservati,



come palliativo imperfetto di una più perfetta condivisione di sé stessi, quale che sia la sua forma. Infatti, il social viene così impiegato come mezzo per lanciare segnali, messaggi, marcare espressioni etc., tutte cose già presenti nell'esibizione pubblica. Si espande la narrativa di sé cercando di imporre agli altri l'attenzione. Lo spazio intersoggettivo si ipertrofizza e chi è fortemente motivato a mostrare se stesso, la sua esibizione, trova uno spazio pressoché infinito per far presenta agli altri la propria esistenza. Con il risultato, appunto, che invece di investire il proprio tempo a perfezionare se stesso, finisce invischiato in una logica che *tende* a impoverire il soggetto, giacché questo deve spendere tempo a costruire segnali e marcatori adeguati, cioè cose che non sono significati né hanno una valenza duratura. Dato il fatto che il contesto sociale segue una logica selettiva ed evolutiva, i sistemi per continuare a mantenere alta l'attenzione delle altre presunte persone diventa stressante. Questo è mostrato molto bene dalla vita delle celebrità, spesa interamente a questo scopo (si pensi a Kim Kardashian). Esse hanno quasi interamente perduto il senso di privatezza perché tutto diventa strumento per dimostrare agli altri che la propria esibizione ha un valore intrinseco. Che non c'è, perché se essa ha un senso è che rimanda all'interiorità della persona (cfr. 5) che però non può essere comunque attinta. Il risultato, dunque, è che i social, lungi dall'aver risolto il problema della solitudine, hanno ancora una volta scambiato la soluzione con un falso mito. Ma noi ormai ci siamo abituati ai falsi miti. Non ci spaventano più. Ognuno di noi deve essere responsabile di se stesso. Oggi più che mai, oggi che il sesso e i sentimenti sono l'oggetto di venerazione. Perché? Perché sono le uniche cose che le persone trovano dentro di loro in modo sufficientemente chiaro per poter trovare qualcosa da fare oltre allo spazio lasciato libero dalla loro necessità di sopravvivere. Perché pochi hanno entrambi e i pochi che hanno anche solo uno dei due si scoprono così miseramente vuoti che non sanno fare altro che mettere imbarazzanti autoscatti. Pur di non aver la sensazione di essere già morti.

### **Bibliografia**

- Barthes R., (1967), *The System of Fashion*, University of California Press, London.
- Barthes R., (1993), *The Language of Fashion*, Bloomsbury, London.
- Cosio S., (2016), *Il rispetto in Kant*, AlboVersorio, Milano.
- Darwin C., (1859), *L'origine della specie*, Mondadori, Milano.
- Ginzburg N., (1963), *Lessico familiare*, Einaudi, Torino.
- Kant I., (1787), *Critica della ragion pura*, Einaudi, Laterza.
- Pili (2015) "Stirare o non stirare, questo il problema!", [www.scuolafilosofica.com](http://www.scuolafilosofica.com).
- Pili G., (2011), Darwin Charles, [www.scuolafilosofica.com](http://www.scuolafilosofica.com), <http://www.scuolafilosofica.com/656/darwin-charles>
- Pili (2015a) Filosofia della guerra
- Pili G., (2013), "Autorità e prestigio: una analisi generale e particolare di un fenomeno sociale", [www.scuolafilosofica.com](http://www.scuolafilosofica.com).
- Pili G., (2013b) "Perché non sono su facebook", [www.scuolafilosofica.com](http://www.scuolafilosofica.com)
- Pili G., (2014), "Teoria della selezione sessuale dei generi di tipo \* e # della specie @", [www.scuolafilosofica.com](http://www.scuolafilosofica.com)
- Pili G., (2014b) "Fallacie di ragionamento", [www.scuolafilosofica.com](http://www.scuolafilosofica.com).
- Pili G., (2015b) "La meritocrazia: Ovvero come ho imparato a non preoccuparmi e ad amare la mediocrità", [www.scuolafilosofica.com](http://www.scuolafilosofica.com).
- Pili G., (2015c) "Case di studenti Tra autarchia e anarchia", [www.scuolafilosofica.com](http://www.scuolafilosofica.com).
- Pili G., (2016) "Tacchi a spillo! Una analisi... filosofica?", [www.scuolafilosofica.com](http://www.scuolafilosofica.com)
- Rossolini U., (2014), "Psicologia e sociologia nelle piattaforme sociali: uno sguardo al futuro", [www.scuolafilosofica.com](http://www.scuolafilosofica.com).
- Sun Tzu, (2003), *L'arte della guerra*, Mondadori, Milano.
- Van Creveld M., (2007), *The Culture of War*, Ballantine Books.