

# La moda come relazione corpo-psiche

**Bianca Garufi, Roma**

Se ci troviamo qui riuniti nel tentativo di penetrare, per quanto è possibile, in quel singolare fenomeno chiamato moda, è perché ci è sembrato di capire che si tratti di qualcosa attraverso la quale la psiche si esprime, una via fra le tante che la psiche usa *via imago* per comunicare con noi.

Inutile ricordare, o forse utile in ogni caso, che tutto ciò che è stato fin'ora detto, scritto, dai vari psicologi, sociologi, storici del costume, economisti, filosofi, ha ritenuto — nei limiti della vastità della materia — la nostra considerazione e ha suscitato, nella maggioranza dei casi, totale o parziale che fosse, il nostro accordo di massima.

Un accordo però che non ci ha mai tolto il dubbio che esistesse qualcos'altro nello sfondo di ognuna delle tante ottime, logiche e persino ovvie ragioni ed interpretazioni offerte dai vari autori.

Ma prima di andare oltre, vorremmo fermarci brevemente proprio su questo qualcos'altro, questo qualcosa di più, con l'intento di individuarne la natura e l'ubicazione. Forse già dicendo che natura e ubica-

zione non sono scisse tra loro, arriviamo direttamente all'ipotesi che ci è cara e che, a nostro avviso, permea dello stesso valore e colore ogni attività umana, qualora se ne voglia esplorare l'origine.

Questa ipotesi, che assisterà la nostra esposizione, è quella stessa che ci ha portato a considerare l'essenza della moda come eminentemente psichica, e a porre la sua origine ed ubicazione nella psiche stessa, laddove l'immagine inizia il suo viaggio verso l'espressione di sé, verso il prendere corpo, mediante e grazie all'estensione nello spazio e nel tempo che è la forma.

Flugel (1), che della moda è stato certamente uno degli osservatori più attenti ed esaurienti, dice che la moda è una dea misteriosa da obbedire piuttosto che capire, poiché è implicito che i suoi decreti trascendono la normale comprensione umana.

Pur rispettando questa sua convinzione, vorremmo tuttavia provare, al fine di avere un terreno di lavoro comune, a fissare rapidamente almeno alcuni punti fondamentali, di volta in volta accettati o contestati dai vari specialisti.

Uno di essi si trova nell'opera di Stratz (2), la cui impostazione si impone decisamente ed è infatti quella più generalmente considerata. Essa propone due metodi di classificazione. Uno che distingue l'abbigliamento in *primitivo*, *tropicale* ed *artico*; l'altro che lo distingue in due tipi: il *tipo fisso* e il *tipo di moda*.

Non ci soffermeremo sul costume primitivo che si riduce, nella sua accezione più elementare, a un anello che circonda i fianchi, il perizoma. Dall'arricchirsi ed elaborarsi del perizoma nasce il costume tropicale del quale la gonna, più o meno ampia, costituisce l'elemento principale. Opposto al tropicale è il costume artico il quale è caratterizzato dal serrarsi degli indumenti attorno al corpo al fine di aderirvi meglio. Benché, sia il costume tropicale che l'artico, risalgano alla preistoria, c'è da osservare che *l'homo sapiens* e la *mulier sapiens* hanno fatto la loro apparizione nei climi temperati e che quindi il loro modo di abbigliarsi sia appartenuto alla forma drap-

(1) J. C. Flugel, *Psicologia dell'abbigliamento*, Milano, Angeli, 1974, p. 166.

(2) C.H. Stratz, *Die Frauenkleidung und ihre natürliche Entwicklung*, Stuttgart, 1922, 93., p. 114.

peggiata. Potremmo anche dedurre che siano entrambi nati assieme all'abbigliamento e che la loro origine si perda nel mistero, quello stesso mistero cui fa cenno Flugel.

Il costume artico, aderente e biforcuto, è stato adottato, nella maggioranza dei casi, dall'uomo occidentale. Questi probabilmente fu ad esso spinto, più che dal freddo artico, dal bisogno crescente di rifiutare, coprendolo, il proprio corpo in quanto prova evidente di parentela umiliante con il regno animale e l'istintività in genere. Un altro movente per cui forse l'uomo occidentale preferì assumere il costume artico fu la sua esigenza di marca eroico-patriarcale di differenziarsi dall'abbigliamento femminile per lo più di forma drappeggiata, il quale, come del resto quello sacerdotale, poteva essere considerato una testimonianza della rinuncia alle qualità estroverse, eroiche, tecnologiche, virili.

il secondo metodo di classificazione proposto da Stratz, quello cioè che distingue l'abbigliamento in *tipi fissi* e *tipi di moda*, è connesso all'area geografica e al ruolo per quanto riguarda i tipi fissi, al fattore tempo per quanto riguarda i tipi di moda. Per esempio, legati allo spazio sono i costumi nazionali e le uniformi, queste ultime originate e dipendenti anche dal ruolo. Legati unicamente al tempo sono invece i tipi di moda. Essi esprimono il cambiamento, la mutevolezza, una natura, diremmo noi, mercuriale, mentre i tipi fissi, legati alla tradizione e soprattutto alla sicurezza e alla mimetizzazione nella uniformità, fanno scorgere in essi un disprezzo di natura saturnina per ogni novità ed ogni apporto fantastico sia collettivo che individuale, in quanto pericoloso elemento di contrasto con il controllo del moralismo esercitato dalla tradizione.

Un altro punto fondamentale relativo alla moda, spesso controverso, riguarda le motivazioni ad abbigliarsi. Tre di queste sono le più diffuse e le più frequentemente adottate: la *protezione*, il *pudore*, il *bisogno di decorarsi*.

Assentiamo con la maggioranza degli specialisti nel non concedere alla *funzione protettiva* un posto pre-

ponderante. Benché essa possa apparire a prima vista il motivo immediato e più pertinente che ha portato l'essere umano all'uso di indumenti, sembra del tutto improbabile che un'istituzione così importante come quella dell'abbigliamento abbia avuto un'origine tanto e soltanto strumentale.

Riguardo al *pudore*, nonostante l'autorità contentagli dalla tradizione biblica, si è portati a vedere le sue manifestazioni più in termini di convenzioni ed adeguamenti culturali che di istanze innate vere e proprie. Seguendo questa linea di pensiero, il pudore dovrebbe essere interpretato come una reazione e un rifiuto dell'esibizionismo che della pulsione sessuale sarebbe invece l'espressione autentica e diretta.

La tesi della priorità da attribuirsi alla *funzione decorativa* — e di conseguenza l'importanza secondaria da attribuirsi alle funzioni del pudore e della protezione — è quella privilegiata dalla maggioranza degli studiosi. Essa si avvale di molteplici esempi; ricordiamo la naturalezza che manifestano i bambini nel mostrare la propria nudità e nell'esprimere, quando un oggetto li stimola, la loro tendenza ad adornarsi. Ricordiamo inoltre l'esistenza, presso popoli cosiddetti primitivi, di individui totalmente spogli di indumenti, mai però spogli di ornamenti. Probabilmente la funzione pudica dell'indumento, come quella climatica della protezione, si sono consolidate soltanto con il tempo, quando l'impulso a decorarsi con i più svariati ornamenti quali pitture, tatuaggi, monili naturali dapprima e artificiali poi, si era già manifestato ed affermato. Decorarsi sarebbe dunque uno dei punti di partenza che ha condotto gli esseri umani a porsi in relazione con la propria psiche tramite il corpo, ornandolo, coprendolo, scoprendolo, alterandone la forma, il colore, la dimensione, ubbidienti ad un *daimon* interno capriccioso e misterioso il cui *telos* e la cui trascendenza seguono l'unica e suprema legge che ci governa. Come vogliamo chiamarla? Scegliamo a caso: Psiche, Eros, Fato, Anima, Tao.

Soffermiamoci adesso per un momento, con il proposito di rintracciarne le origini, sulle motivazioni del

bisogno di decorarsi, questo bisogno che sembra sia il movente primario della moda in senso lato. Per la maggior parte degli autori, la principale motivazione a decorarsi deriverebbe anzitutto dalla necessità di imporsi sessualmente, facendo così dell'abbigliamento l'espressione di tutti quei contenuti culturali esprimerti il sesso quali potere, ricchezza, autorità.

Altri autori, di converso, affermano che il decorarsi voglia sopperire ad un senso di inferiorità, di inadeguatezza, che stia dunque a compensare una mancata accettazione di se stessi in genere e del proprio corpo in particolare. Altri ancora sostengono che si adorni per volontà di aggredire, per acquistare o mantenere una supremazia sugli altri. Il decorarsi in questo caso si è visto come un'arma per vincere, ridurre, mantenere a distanza, un'arma per umiliare l'altro mediante, a volte, la vistosità della decorazione, la sua rutilanza, la sua giustezza, la raffinatezza; a volte mediante la modestia, la povertà monacale; a volte ancora mediante un'indifferenza e negligenza volute e ricercate di cui personaggi e mode di ieri e di oggi sono un esempio.

Un'altra motivazione vede il fenomeno moda come un messaggio, un segno che chiaramente o in codice mette in relazione l'individuo con il mondo circostante. Questo segno, ci viene detto, prima di essere esibizionismo sessuale o aggressività manifesta, è linguaggio, un linguaggio che obbedisce al bisogno di comunicare, di offrirsi ad una lettura insito nell'individuo il quale, attraverso l'insieme del suo abbigliamento, mira a farsi conoscere, decifrare.

Un discorso a parte, per la sua complessità, meriterebbe il narcisismo visto come motivazione ad ornarsi. Una complessità e una profondità a Freud ben chiare (3) quando parla del carattere quasi biologico del narcisismo, e più precisamente del narcisismo della cellula germinale e del feto.

Il mito di Narciso ci sembra risponda meglio di ogni altro alla funzione di ponte tra le interpretazioni psicanalitiche classiche riduttive e il nostro approccio che vorremmo definire immaginistico. Se ci rifiuta-

(3) S. Freud, «Al di là del principio di piacere », in *Opere 1917-1923*, Torino, Boringhieri, 1977, pp. 235-236.

mo di colpevolizzare Narciso, è perché ci sembra che esso possa darci — tramite quella lente di ingrandimento che è il mito, l'estremismo del mito e il suo parossismo — la possibilità di entrare in contatto con alcuni momenti di grande importanza della psiche. Per esempio il momento dell'amore e rispetto assoluto dell'Io/Narciso nei confronti dell'immagine, e ancora il momento dell'indifferenza e del rifiuto dell'Io/Narciso per il proprio corpo. Un altro momento molto importante è quello del rapporto totalitario, monoteistico esistente tra l'Io/Narciso e l'immagine psichica stessa.

Noi vorremmo per un istante considerare l'atteggiamento dell'amore assoluto dell'Io per l'immagine come espressione di una situazione in cui l'Io, quale vassallo della psiche, in uno stato di suprema arrendevolezza, capitola di fronte all'immagine psichica riflessa, ovvero alla psiche stessa.

Il mito di Narciso non dice che tale capitolazione sia funesta, a meno che non si voglia interpretarlo alla lettera. Il mito, proponendo l'annientamento dell'Io di fronte all'immagine, ci porta piuttosto a contemplare quell'attimo impalpabile, quel *fiat voluntas tua* così difficile per l'Io da formulare ma che è indispensabile all'ingresso del visitatore sconosciuto di cui parla Von Franz (4), del nuovo in assoluto, la presenza del divino, del creativo, ovvero del nostro destino. Se Narciso, grazie al suo coinvolgimento sacrificale nell'immagine, ci connette con il momento preliminare della creatività, Pigmalione potrebbe connetterci con il momento successivo, quello in cui l'Io, uscito dall'assorbimento nell'immagine, o se preferiamo, dalla *coniunctio* con essa, collabora con l'immagine al processo espressivo. Narciso riflette, Pigmalione flette. È quest'ultimo che da corpo e vita all'immagine secondo i dettami dell'immagine stessa, il suo incitamento, la sua guida. A differenza di Narciso che si eternizza nella riflessione, Pigmalione esprime le fluttuazioni dell'immagine nel tempo, le sue qualità dinamiche e relazionali, il momento erotico della relazione dell'Io con l'immagine. L'immagine è per lo più tutt'altro che immobile, ed è a Pigmalione che

(4) M. L. Von Franz, « Il visitatore sconosciuto nei sogni e nelle fiabe », in *Rivista di psicologia analitica*, vol. 4, n. 2, 1973, pp. 556-570.

spetta di capirne i movimenti, le dissolvenze, le aspirazioni, lo sparire e il riapparire, il voler dire e il non voler dire.

Pigmalione la serve, ne scruta i moti, porge l'orecchio ad essa, vorrebbe sentirne il calore, i sospiri. È talmente ostinato in questa ricerca che alla fine riesce nel suo intento. C'è dialogo fra il suddito-lo e l'immagine-regina, un dialogo che a ben pensarci potrebbe ricordare quello che si accende fra una donna e la sua immagine inferiore quando, per la forma o per il colore, una sciarpa, un vestito l'attirano irresistibilmente, oppure il dialogo che un uomo intraprende con la propria fantasia quando si sente attratto all'improvviso da una maglietta o una cravatta che, d'abitudine, avrebbe scartate perché superflue o troppo vistose per lui.

Se abbiamo tanto insistito su questo punto è perché a nostro avviso proprio questo creare, questo dar corpo ad immagini tramite il proprio corpo è la strada che potrebbe condurci all'origine del mistero della moda. Su questa strada è Pigmalione che incontriamo, non Narciso. È Pigmalione che presiede a questo impulso all'ornare che ha il corpo per base, o meglio, quale medium per l'espressione dell'immagine.

Come sappiamo, Jung ha parlato di cinque istinti fondamentali dell'essere umano (5): fame, sessualità, attività, riflessione, creatività, quest'ultimo inteso anche come quintessenza in relazione agli altri quattro. Se siamo disposti ad accettare l'ipotesi di un istinto creativo, dovremmo di conseguenza accettare anche che esso, a somiglianza degli altri quattro, produca delle immagini orientate verso mete e comportamenti finalizzati, suoi, propri, a servizio della propria realizzazione. Non v'è dubbio alcuno, qualora entrassimo in quest'ordine di idee, che a pari titolo della fame, la creatività necessiti di una sua soddisfazione.

Tuttavia siamo portati a confondere spesso attività creativa con attività artistica (ciò che Hillman ha fatto rilevare) (6), non rendendoci conto che così facendo limitiamo l'istinto creativo a casi speciali, e

(5) C. G. Jung, « Determinanti psicologiche del comportamento umano », in *La dinamica dell'inconscio* (Opere, 8), Torino, Boringhieri, 1976, pp. 134-135.

(6) J. Hillman, // *mito dell'analisi*, Milano, Adelphi, 1979, p. 48.

comunque non comuni. Occorrerebbe pertanto notare la contraddizione logica esistente fra l'aver incluso l'istinto creativo tra gli istinti umani di base, anzi persino come luogo per essi di convergenza e condensazione, e il suo appartenere agli esseri umani saltuariamente, singolarmente, quasi un dono per alcuni, invece che un impulso comune a tutti.

Come gli istinti possono essere vissuti o si manifestano nei singoli individui, e per ragioni svariate, con forza ed evidenza diverse, così anche l'istinto creativo può essere vissuto, espresso, con forza ed evidenza diversa. In questa luce gli artisti, i geni, i creatori per antonomasia non possono essere considerati più eletti, i pochi, i « diversi », bensì esseri umani come tutti i quali però hanno con l'istinto creativo una relazione più semplice e più diretta. Questa relazione più facile, contemporaneamente ad altri fattori, inclusi fattori personali, ereditari, culturali e storici, favorisce e facilita in essi la psichizzazione, il processo cioè mediante il quale avviene quell'incontro di cui parla Jung dell'istinto ecto-psichico con un *datum* psichico (7).

(7) C. G. Jung, « Determinanti psicologiche... », op. cit., p. 134.

Senza allontanarci da questo punto che a noi sembra centrale, torniamo per un attimo indietro e, al fine di richiamarle alla mente, riassumiamo in breve alcune delle molteplici motivazioni poste all'origine dell'abbigliamento: proteggersi dalle intemperie, coprirsi pudicamente perché terreni, corporei e quindi peccatori, accentuare la propria forza seduttiva sessuale o al contrario cancellarla per negarla, abbellirsi per puro narcisismo, egocentrismo, etichettarsi socialmente tramite codici, messaggi esprimenti i propri ruoli.

Ma sono queste davvero motivazioni immediate e dirette del bisogno di ornarsi? Non dovremmo forse queste motivazioni ricercarle piuttosto — o, quanto meno, anche — nell'istinto creativo di cui parla Jung, quell'istinto quintessenziale che porta l'essere umano ad esprimersi in immagini di sé o che porta in sé? Come dal « crudo al cotto » per quanto riguarda i cibi, potremmo dire dal nudo al decorato per quanto riguarda il corpo. Decorarsi allora potrebbe essere



considerato una sorta di elaborazione alchemica dell'immagine che si ha di sé, un concentrarsi, ponendo e sovrapponendo, come in un collage, — dentro un contesto che tenga conto dello spazio e del tempo — gli oggetti più svariati: foglie, fiori, pelli, pellicce, ciuffi di piume, collane di conchiglie, di denti o di pietre preziose, strati di pittura, gonne, camicie, calzoni o giacche, non ha importanza cosa pur di realizzare una fantasia che in un certo momento si ha di sé, pur di estrarre un'immagine dalla psiche per proiettarla sul corpo, né più né meno così come dalla psiche un'immagine passa sulla tela o nel marmo, o si erge in una cupola, in un arco, in una costruzione concreta o teorica che sia.

Si tratterebbe quindi di un istinto ad elaborare, combinare, mescolare, a porre, aggiungere, togliere, un istinto insomma il cui fine è raggiungere, materializzare quell'immagine che si ha di sé e/o in sé.

Di che cosa è vestito un guerriero se non dell'immagine che si ha del guerriero? Di che cosa è fatta la sacralità dei paramenti di un sacerdote, la luccicante sinuosità di una seduttrice, l'austera tenuta di una madre cosiddetta esemplare, se non dell'immagine che abbiamo di ognuno di essi? Spesso si tratta di immagini provenienti da predecessori nostri lontani, le quali si sono fissate nel tempo ed irrigidite come reperti anatomici nella formalina. Queste immagini ci riconducono ancora una volta al mito di Narciso e precisamente a quel momento del rapporto totalitario, monoteistico, esistente fra l'io/ Narciso e l'immagine, vissuta come fedeltà nei confronti di un'entità unica ed assoluta. Cos'è in sostanza la fedeltà? Che cos'è la fedeltà a uno stile, a un modello, se non la nostra fedeltà a un'immagine che vogliamo fissare una volta per tutte? Totalizzati e totalizzanti, fissi-fissati come Narciso, non vogliamo seguire nessuna delle metamorfosi e rivoluzioni proprie del fluire immaginale, ritrovandoci infine estranei e lontani dal nostro potenziale di istinto creativo. L'infedeltà nei confronti di un modello, di uno stile, non è infedeltà vera e propria poiché rimaniamo fedeli, nel complesso, al fluire delle immagini. Questo

(8) G. Fumagalli, « Leonardo orno senza lettere » (citato da Trivulsiano 34 r), Firenze, Beltrami, 1970, p. 357.

particolare aspetto della fantasia, il suo fluire, ci ricorda una frase di Leonardo da Vinci ricca di spirito eraditeo (8); « L'acqua che tocchi dei fiumi è la prima di quella che viene, l'ultima di quella che passò. Così il tempo presente ».

Questo presente sempre diverso ma stabile e permanente, questo presente che ci collega con il passato e il divenire, ci riporta, in modo che può sembrare arbitrario, al fenomeno moda e alla perennità e diversità di cui è composta e con cui si manifesta. Anzi sono proprio queste sue paradossali componenti di perennità e diversità, e le loro manifestazioni, a richiamarci alla mente le contrastanti, ma esistenti in parallelo, caratteristiche dei due generi di abbigliamento classificati di Stratz, il *tipo fisso* e il *tipo di moda*.

E questa classificazione a sua volta ci suggerisce analogie con l'atteggiamento di fedeltà o di infedeltà ad essi propri: il *tipo fisso* che scorre nel tempo ancorato a una fantasia del passato, il *tipo di moda* che invece scorre nel tempo mescolando fantasie passate ed intuizioni future nel crogiuolo del tempo presente, così come lo descrive Leonardo, o Jung quando parla dello spirito del tempo (9). Vorremmo dire di più: questo presente perenne e diverso, questo suo esistere come continuo mutamento che dal passato nasce e che nel divenire si proietta, proponendoci un'analogia con il fluire delle situazioni psichiche nel tempo, ci richiama non solo al profondo e reiterato connubio tra il fluire psichico e la materia costituente il nostro presente, oggi, ma anche al connubio tra il fluire psichico e la materia costituente le radici del nostro corpo le più filogeneticamente lontane nel passato; ed infine, al connubio del fluire psichico con la materia costituente il concentrato di futuro pronto a svolgersi davanti a noi, ovverossia il nostro divenire.

Il frutto di questo connubio è quell'istinto modificato di cui parla Jung (10), ovverossia l'immagine psichica stessa. Essa nasce proprio da questo corpo così difficile per noi da assumersi *in toto*, così come è dif-

(9) C. G. Jung, « La psicologia analitica nei suoi rapporti con l'arte poetica », in *Il problema dell'inconscio nella psicologia moderna*, Torino, Einaudi, 1964, pp. 50-51; « Il problema fondamentale della psicologia contemporanea », in *La dinamica dell'inconscio, cit.*, p. 367.

(10) C. G. Jung, « Determinanti psicologiche... », op. cit., p. 134.

ficile assumersi *in toto* le immagini della nostra fantasia.

Ecco, a noi sembra che il luogo dove la materia, ovvero l'istinto ecto-psichico, si psichizza, sia anche, per quanto remoto possa apparire, il luogo di origine di ciò che nacque un giorno lontano come bisogno di porsi una liana attorno ai fianchi o un fiore nei capelli; quello stesso bisogno che attraverso lo svolgersi del tempo, venne un giorno a configurarsi e a definirsi come « moda » nel senso in cui oggi l'intendiamo. E la moda a sua volta, tramite il continuo e mutevole fluire della fantasia, è il luogo per eccellenza (ed eccellenza qui sta ad indicare non qualità bensì generalità) dove l'istinto creativo si esprime primariamente, quotidianamente, in modo autonomo.

La psicoterapia ha sempre sostenuto e stimolato questa particolare prerogativa umana del creare. Per noi junghiani specialmente, il favorire l'espressione creativa ha costituito spesso l'equivalente della cura. Ma gettiamo invece uno sguardo su ciò che abbiamo o non abbiamo fatto dell'istinto creativo quando dai sogni o dai comportamenti, appare evidente una capacità innata a creare adornandosi. Si tratta di una capacità e di un'esigenza innate che propongono ad ognuno di noi una pausa essenziale passiva-attiva di fronte ad uno specchio. Lo specchio può essere acqueo, vitreo o mentale, non ha importanza. Importante è la pausa che ci mette in contatto con l'immagine che abbiamo di noi in quel dato momento e, quindi, con la nostra fantasia: una pausa che ci obbliga a riflettere, come Narciso, sulla propria immagine e che ci costringe ad una sosta in questa riflessione. Solo dopo potremo operare come Pigmalione, e farci a somiglianza dell'immagine che la psiche ci propone.

Anche se ciò facendo ci lasciamo influenzare dagli imponenti dettami collettivi e consumistici della moda, non riusciremo a prescindere mai, grazie al fattore scelta (del colore ad esempio, degli accessori, del particolare), della nostra fantasia; un apporto individuale ci sarà sempre, in ogni caso. Non riusci-

(11) M. Lüscher, *The Lüscher Color Test*, New York, Pocket, 1971.

remo ad ignorare l'esistenza e l'importanza della scelta individuale, e quindi delle nostre preferenze, inclinazioni, emozioni, del nostro Eros e dunque l'intervento della nostra psiche e, in definitiva, del nostro corpo. Diremmo meglio che a guidarci in quella scelta, come peraltro Luscher (11) ci ha suggerito, è stata una necessità *psicobiologica* la cui sede ed esistenza sta proprio nel nostro corpo.

Se vogliamo dare veramente un valore di istanza *psicobiologica* al bisogno di ornarsi, potrebbe essere interessante chiederci che cosa ne abbiamo fatto di questo bisogno. Forse l'abbiamo incasellato, etichettato come qualcosa di elementare per l'appunto, da accettare per quel che è, e basta, senza vedere in esso, in trasparenza, un archetipo di creazione in assoluto, o uno dei numerosi miti in cui bellezza e ornamento sono strettamente intrecciati. Abbiamo mai associato per esempio una fantasia connessa all'abbigliarsi, all'ornarsi, con la bellezza di Psiche? Una bellezza naturale certo, ma ornata, elaborata al massimo il giorno del suo fatale incontro con Eros. Ci siamo forse fermati ad associare immagini di vanità e giovinezza con Paride, l'anti-eroe per eccellenza? Egli che scelse Elena la bella, l'ornata, soltanto belli e ornati entrambi e, ciononostante, artefici di trasformazione di un mondo, di una cultura, strumenti entrambi per creare altri mondi e altre culture?

Pensiamo forse ad Afrodite e alla bellezza della sua inimitabile cintura (un pezzo unico di alta moda, diremmo oggi)? Pensiamo forse ad Efesio, il Christian Dior dei tempi omerici la cui moglie, Aglae, una delle Tre Grazie, significava per il suo nome, fasto, ornamento, splendore? Pensiamo forse a Ganimede e alle sue ghirlande floreali? Ad Achille, a Ettore, Enea che mettevano in gioco la vita e l'onore per impadronirsi di un'armatura, oggetto magico non solo in quanto spoglia di un nemico, ma soprattutto in quanto ornamento di cui, con la loro fantasia, si erano già rivestiti?

Dando una scorsa al quadro che Omero ci dà della mitologia greca, vediamo che tutti, da Zeus all'ultima delle ninfe, sono impegnati nel dare la copia esatta

dell'immagine che hanno di sé. Tutti, compresa Estia, la patriottica e verginale guardiana del focolare pubblico e privato, da Atena, splendidamente abbigliata dei suoi ferrigni attributi nonché degli intessuti peppli di cui era patrona, fino a Cassandra, la depressa, la pessimista, « ornata » non solo di gramaglie ma anche di un'assenza totale di ornamenti.

E ancora, cosa ne abbiamo fatto della bambina che durante il carnevale si travestiva da fata, zingara, pirata, da piccolo principe, da Barbarella, insistendo fino a far capricci per dar corpo ad immagini che la fantasia le aveva suggerito?

E del bambino che si travestiva da mendicante, da imperatore, da odalisca, da mago, moschettiere, astronauta, superman?

Di queste fantasie infantili conserviamo in genere ricordi che oscillano tra il melanconico e il sentimentale, a meno che non assumano una certa importanza quali elementi utili a capire meglio la patologia di una psiche adulta.

Non di rado il nostro atteggiamento — di rimembranza o strumentalizzazione — è analogo, o pressappoco, quando nel sogno le immagini si fanno notare per il modo in cui sono vestite: una pelliccia spelacchiata, un prezioso merletto, dei calzoni di velluto o un ruvido saio monacale, o addirittura un'astrazione di vestito. A parte la loro utilizzazione specificamente terapeutica, ne facciamo qualcosa di questa dovizia di dati? Li utilizziamo davvero per un dialogo più approfondito con la psiche queste immagini strane di uomini o donne che siano? Raramente forse nel senso che, tramite il nostro riflettere su questo argomento, vorremmo suggerire, e cioè che *corpo*, *psiche* e *moda* sono alla base un tutto che non si dovrebbe separare. A noi sembra che l'abbigliamento, nel suo insieme, sia sempre stato considerato più o meno riduttivamente, se non addirittura in termini moralistici di miglioramento o regressione nell'ambito del processo analitico, ovvero sia come l'espressione di una fase positiva o negativa vista sempre con l'ottica dell'Io. L'esigenza di ornarsi, di vestirsi, e la moda che di questa esigenza è il prodotto diretto (a prescindere

dagli indiscutibili risvolti antropologici, sociologici ed economici) sono state per lo più considerate, sia nel sogno che nella realtà quotidiana, soltanto come dati appartenenti al mondo dell'Io. Vestirsi è stato quasi sempre ridotto a qualcosa d'altro, anziché venir considerato nella sua più profonda essenza, e cioè quale immagine della psiche nel corpo e del corpo nella psiche. Nessuno di noi ama gli schematismi, eppure non sempre riusciamo ad evitarli. Per esempio come rinunciare facilmente a definire l'abbigliamento come Persona? Persona ipertrofica, identità con la Persona, oppure mancanza di Persona, giusta dose di Persona, e così via. Un altro schema da cui è difficile non lasciarsi tentare è quello che riguarda il colore in relazione alla tipologia: troppo azzurro, troppo giallo, poco verde, rosso inesistente. Nonostante la sua utilità e le migliori intenzioni terapeutiche, questo schema riposa su un atteggiamento che a volte deriva soltanto da routine.

Ancora un altro schema si può intravedere persino nell'utilizzazione della simbologia alchemica. È ben lungi dalle nostre intenzioni aprire qui un discorso sulla distinzione fra immagine e simbolo. Esaminiamo però più da vicino ciò che può accadere quando un'immagine si presta ad essere collegata ad un simbolo alchemico, magari a detrimento dell'immagine così come è, nell'ambito del suo spazio immaginale. Prendiamo il bianco ad esempio. Sappiamo che il bianco rappresenta l'*albedo*. Quando appare in un sogno sotto forma di vestiario avremo presente alla mente, ed utilizzeremo quale strumento di lavoro, tutte le implicazioni insite nel bianco: dall'iniziazione alla purificazione, da tutti i colori e quindi dalle tante possibilità che esso racchiude, al bianco della sapienza e dell'amarezza salina, tanto per enumerarne alcune. Verrebbe voglia di domandarsi: cos'altro, a parte i tanti significati impliciti nel bianco, il sogno vuole rappresentare?

Rispondere a questa domanda, attingendo ancora al nostro bagaglio di nozioni, sarebbe l'equivalente del

porsi davanti all'immagine (come è successo talvolta di fronte a un Rembrandt per esempio, o un Van Gogh, un Magritte, un Morandi) con il dizionario dei simboli in mente, a detrimento della comunicazione che sarebbe auspicabile si instaurasse direttamente tra l'immagine che di per sé è attiva — il cui scopo è di raggiungerci e di fertilizzarci — e noi stessi il cui scopo sarebbe di aprirci ad essa ed esserne fertilizzati. Se invece il simbolo è tenuto a portata di mano e presto utilizzato, l'accesso all'immagine sarà più difficile per noi che la vediamo, e di conseguenza l'accesso alla sua straordinaria efficacia trasformativa. Altrettanto difficile sarà il cammino per l'immagine che vuole accedere a noi e trovare il suo posto in noi.

Se ci affrettiamo a rinchiuderla in uno dei tanti loculi esistenti nel cimitero dei simboli, soprattutto noi, analisti junghiani, così familiari con i simboli e la loro utilizzazione, cosa succederà dell'immagine se non di essere murata viva? Se per esempio essa riguarda l'abbigliamento, la colleghiamo con questo istinto nostro, di base, primordiale, che ci porta ad ornarci, a dipingerci, bilanciarci, sbilanciarci, a toglierci qualcosa o ad aggiungerci qualcosa? Questo istinto capace di fermarci per un istante (dimentichi di ogni dovere mondano) davanti alla nostra immagine riflessa, e che ci spinge a fare, metaforicamente o no, un passo indietro, come il pittore dopo la pennellata, per verificare se siamo veramente riusciti a riprodurre l'immagine che avevamo di noi in quel momento preciso, in quel momento di arresto e di riflessione. Impariamo, se ne siamo capaci, a fermarci, a « perder tempo », come dice Casey (12). Proviamo, diremmo noi, a fare un mandala con il nostro corpo o meglio ancora, a fare un mandala del nostro corpo, questo tempio i cui rituali e parametri di rado, se non mai, vengono usati coscientemente a gloria ed onore della divinità che in esso alberga. Non rammentiamo abbastanza, ne abbastanza spesso, che il nostro corpo è un *temenos*, lo spazio sacro della nostra pluralità e della nostra totalità, dove nessun punto è escluso o viene qualificato con un segno più o con un

(12) E.S. Casey, « Time in Soul », *Spring 1979*, New York, Spring Publications, pp. 114-164.

segno meno, né il basso né l'alto, né il destro né il sinistro, né il dentro né il fuori, né il dietro né il davanti, né l'impalpabile né il palpabile.

A questo proposito alcune domande incalzano alla mente: com'è possibile che non si adorni un tempio se davvero si ama e si rispetta la divinità che in esso alberga? Non accade invece sovente che venga sconsecrato, saccheggiato, umiliato, dichiarando con ciò guerra aperta alla divinità che vi abita, della quale esso è parte e quindi permeato?

Ci poniamo davvero con il necessario rispetto di fronte alle immagini dei sogni e della realtà quotidiana che appaiono connesse con il modo di abbigliare il corpo e alla relazione che corpo, psiche e moda hanno tra loro? Riconosciamo davvero in quei sogni, e in alcuni dei nostri gesti quotidiani, quell'istinto a farci, a ricrearci, ed anche a volte a ricreare gli altri? Riconosciamo davvero questi mezzi, pur non grandiosi in apparenza, questi mezzi unici, appartenenti a ognuno di noi, sempre lì, a disposizione, per diminuire la distanza anni luce esistente tra cura del corpo e cura dello spirito?

Questa distanza non risale solo a Cartesio, ma esisteva già millenni prima, il corpo qui e lo spirito là, la natura qui, animale, selvatica, oscura (e se voglia mo, femminile), e i picchi nevosi là, quelle vette bianche e lontane la cui aspirazione a toccare la cima forma l'essenza della nostra cultura, patriarcale, razionale, scientifica, iperborea. Questa eroica brama a salire ha nomi prestigiosi tanto che sembra quasi blasfemo alludervi senza piegare a terra il ginocchio, nomi da secoli carichi d'intensità, nomi prestigiosi quali processo, sviluppo, ascesa, asceti, o ancora meglio, e in sintesi, ascensione. Nomi che sono come pietre miliari su di una strada che già il desiderio di percorrere è prova di nobile sforzo, volontà rispettabile, grande valore. Ma cosa ne facciamo di questo nostro vivere presente, corporeo, terreno? Vale esso solo allo scopo di assicurarci un posto chissà quando, chissà dove: « lassù » nel *nirvana* o in paradiso, ovunque, purché sia un luogo in alto, molto in alto



e da venire, molto lontano comunque da questo posto qui, *hic et nunc*, distante da questo mondo da vivere qui fra istintività e fantasia, fra corpo e anima, fra la vita di cui non conosciamo le origini e la morte di cui non conosciamo la destinazione?

Ispirandoci al fenomeno moda e al rapporto intravisto tra la moda, il corpo e la psiche, abbiamo esposto alcune considerazioni che, a nostro avviso, potrebbero offrire maggiore profondità e maggior conforto alla vita, a questo opus che è la vita terrena, a questo girare, vorticare o, se preferiamo, a questo circo-ambulare, mescolando il lirico al prosaico, il ragionare allo sragionare.

Ciò che occorre conservare, senza mai perderlo, è il filo che ci collega all'*ars*, l'unico cordone ombelicale che non bisogna mai spezzare poiché ci unisce alla natura in quanto istinto creativo in tutte le sue manifestazioni: dai graffiti e pitture rupestri del Sahara alla Cappella Sistina, dagli Inni Omerici all'I King, da Saffo a Silvia Plath, dall'anonimo architetto di Angkor Vat alla Cupola di Brunelleschi, dalla Torre Eiffel allo Empire State Building, dall'astrologia assiro-babilonese alla teoria della relatività e al concetto di sincronicità, ivi compreso, e insistiamo su questo punto, la semplice, umile, elementare espressione creativa che si manifesta ogniqualvolta ornandoci diamo forma a delle immagini tramite il nostro corpo. Imprescindibile è la connessione con *l'ars*, questa qualità umana per eccellenza. Così intesa essa è luce che non si oppone all'oscurità, una coscienza amica amorosa dell'inconscio, una perfezione che non può fare a meno dell'imperfezione, un sapere della natura nella natura stessa, la quale, per sua propria essenza, non può attenersi a niente che sia unilaterale. Poiché la natura non è unilaterale. In essa c'è tutto quello che siamo, siamo stati e saremo. E ancora tutto ciò che abbiamo fatto e che facciamo, anche qui, adesso, insieme, e che faremo. Il nostro istinto ad omarci, per esempio, sia nel passato che nel presente che nel futuro, risponde ad una pulsione in noi molto simile alla facoltà di autocreazione che nel paradossale contrappunto di bellezza e di bruttezza, di ar-

monia e di disarmonia, di semplicità e di stravaganza, è prerogativa della natura stessa. Uno sguardo rapido verso le origini della parola moda ci porta al latino *modus* e *facere*, dal quale deriva anche la parola inglese *fashion*. Ma riandando ancora nel tempo è la parola greca *kosmesi* che incontriamo nella linea che discende da *kosmos*. Dicendo *kosmos* si intendeva dire, e si intende dire:

universo, bellezza, ornamento, misura, disciplina. Con i suoi molteplici significati *kosmos* ci sembra che, meglio di ogni altro termine, esprima la incommensurabile fantasia di ornamento e di bellezza che è forse la fantasia per eccellenza della natura. Alla voce *kosmesi*, oltre a ornamento, misura e disciplina appartenenti a *kosmos*, troviamo anche il termine moda, assieme ad altri ad esso sinonimi o vicini quali:

strumento, maniera, sistema, costruzione, arte, quell'*ars* che la natura utilizza per dar forma e vita alle proprie fantasie, e quindi a se stessa. L'*opus*, ciò che è impossibile compiere, e l'*ars*, ciò che è possibile compiere, sono tutt'uno, così come tutt'uno con *opus* e *ars* è il ritmo interno e misterioso della pulsione creativa nelle sue tante espressioni: incandescenze viscerali e glacialità apicali, sconvolgimenti mostruosi e placidità idilliache. Vorremmo concludere questa nostra esposizione dicendo che la natura è perenne nel mutamento (il perenne mutare che è anche della moda, lo ricordiamo?), e che nel mutamento sta la sua perennità.