

Introduzione

di *Laura Bovone e Lucia Ruggerone*

Alla fine degli anni Sessanta e poi per tutto il decennio successivo, sulla scia del movimento *hippy* nato in America, si diffondono anche in Italia nuove mode: ragazzi e ragazze vanno in giro con i jeans a zampa d'elefante, le camicie a fiori, le collanine multicolore e i capelli lunghi e incolti. È in questo periodo che viene coniato il termine dispregiativo di "capellone", con cui il mondo adulto dei benpensanti designa i ragazzi che si lasciano crescere i capelli; una delle lamentele più frequenti è allora che, con l'adozione di queste nuove mode, "non si capisce più se sono uomini o donne". L'incapacità di assegnare un individuo ad una categoria di genere crea insomma profonda inquietudine, come ci saremo resi conto in prima persona se ci è capitato di dover interagire con qualcuno che potrebbe anche essere "qualcuna". Nei primi momenti dell'incontro ci comportiamo come un esploratore appena entrato in una foresta sconosciuta e che avanza cautamente, un passo per volta, per non urtare o schiacciare qualcosa di pericoloso; un animale che si mimetizza con la vegetazione, un anaconda che sembra un tronco sul sentiero. Se poi dobbiamo anche parlare, magari in italiano, dove anche i verbi hanno desinenza di genere, l'impresa si fa veramente ardua a tal punto che saremo contemporaneamente impegnati a scandire ripetutamente l'ambiente per trovare chiavi di soluzione al nostro dilemma.

Tradizionalmente, l'abbigliamento è stato uno dei più potenti strumenti di ingenerazione dei corpi: nella vita sociale la divisione tra maschi e femmine è sempre stata prima di tutto segnalata dall'adozione di codici vestimentari che per lungo tempo nella società borghese dell'Occidente sono stati nettamente distinti. La differenza tra questi stili corrispondeva molto bene alla distinzione dei ruoli e delle sfere d'azione: il lavoro e la sfera pubblica per gli uomini, la cura della famiglia e la casa per le donne, almeno quelle di classe borghese. Fin d'allora quindi l'abbigliamento mostrava

una stretta connessione con la definizione dell'identità sociale degli individui diventando uno dei modi in cui il soggetto comunicava essenzialmente la propria posizione di classe e il proprio ruolo all'interno della struttura sociale. Siamo nei tempi del "grande rifiuto" maschile, con cui gli uomini lasciano alle donne il divertimento di dedicarsi alla moda e contemporaneamente il compito di dimostrare con i loro vestiti la ricchezza della famiglia. Come direbbe Bourdieu¹, il modo di vestire era in gran parte influenzato dal capitale economico, che influenzava non poco anche la definizione dell'identità.

Ma che cosa succede quando l'identità cambia i suoi criteri definitivi? Quando nel classificare i soggetti sembra non contare più il tipo di occupazione, ma neanche quella dotazione di attitudini e disposizioni che il pensiero femminista strappa alla natura e colloca nella cultura, inventandosi il concetto di genere? Pian piano, un pezzo per volta, il terreno su cui l'idea moderna di identità appoggiava le sue basi è stato corrosivo, è franato sotto i colpi dei mutamenti sociali – per esempio quelli che vedono le donne sempre più impegnate nella sfera pubblica –, e a causa delle evoluzioni culturali, che pongono in primo piano i comportamenti di consumo. Ancora una parola sul concetto di genere. La sua introduzione, nel 1976 ad opera dell'antropologa americana Gayle Rubin², produce dei cambiamenti sostanziali nella riflessione sulla posizione sociale di uomini e donne. Parlando di «*sex-gender system*», Rubin mette a fuoco la differenza tra sesso-natura e genere-cultura, aprendo così la strada per uscire dalla qualità fissa e permanente del binomio maschile – femminile, dalla gabbia dell'anatomia come destino e quindi come parte fondamentale e intoccabile dell'identità anche sociale.

Siamo quindi lontani dalle sicurezze del passato, non c'è approccio sociologico all'identità che oggi si ponga come un nuovo paradigma, con la buona pretesa di aver fatto un notevole passo in avanti. L'incertezza della nostra epoca e della nostra disciplina cerca ancoraggi interpretativi di tipo materiale. Sempre più difficile parlare della cultura o dell'identità in senso astratto, attribuire valori e idee o dichiararli in modo credibile, senza il supporto di oggetti empiricamente descrivibili; le idee e le immagini per essere studiate sociologicamente devono diventare dei discorsi oppure essere regi-

¹ Bourdieu P. (1983), *La distinzione*, Il Mulino, Bologna.

² Rubin G. (1976) *The Traffic in Women: Notes on the Political Economy of Sex*, in Rayna Reiter (ed.), *Toward an Anthropology of Women*, Monthly Review Press, New York, pp.157-210.

strate in documenti e artefatti che per un momento ne fermino il significato³.

Uno dei problemi cruciali è infatti la precarietà dei significati. Se si accetta l'idea proposta dall'antropologia che i significati di qualsiasi oggetto (qui da intendersi anche come soggetto o elemento culturale immateriale) variano nel corso degli itinerari sociali seguiti, diventa difficile fissare l'identità, darne una presentazione coerente, stabilire una volta per tutte come va interpretato un messaggio. Ciò è tanto più vero nel caso dei vestiti, in un mondo globale in cui, per ammissione degli stessi operatori della moda, la moda appunto non esiste più ed è stata sostituita dalla variopinta offerta quotidiana di tanti stili diversi da consumare con un approccio "mordi e fuggi". Questo fa bene al mercato, ma fa bene anche al senso del *self* postmoderno che, come sottolinea il saggio di Bovone in questo volume, non vuole fissarsi, non vuole entrare stabilmente in alcuna struttura di significato, possibilmente vuole lasciare qualche dubbio anche sulla sua appartenenza di genere, perché chissà domani potrebbe far comodo cambiarla.

Sulla scorta dei suoi studi storici, Crane⁴ ipotizza che il linguaggio simbolico non verbale, e perciò la cultura materiale e in questo caso il linguaggio degli abiti, cambi prima della presa di coscienza del cambiamento, perciò del suo racconto verbale. Dunque osservare le mode e le loro concrete declinazioni nella vita quotidiana, forse permette allo scienziato sociale di fare qualche osservazione più fondata sui valori e le forme identitarie emergenti e sulle attuali declinazioni delle differenze di genere trovandone una narrazione sociologica anche prima che se ne diffonda un compiuto discorso a livello del senso comune.

Come notano alcuni saggi contenuti nel volume (soprattutto Mora, Bovone e Audisio), la moda di questi anni, in particolare quella che pertiene al mondo giovanile, esprime l'avvicinamento tra gli stili di vita maschili e femminili, sia nel senso che anche i ragazzi si interessano e stanno attenti alla moda, dando l'impressione di voler revocare il gran rifiuto delle generazioni precedenti dei loro padri e dei loro nonni, sia nel senso che i capi del guardaroba giovanile tendono sempre di più all'*unisex*. E questo nonostante la situazione dal lato dell'offerta di moda sia ben diversa; nel suo saggio Marco Ricchetti mette infatti in evidenza come nell'industria della moda il comparto maschile e femminile mantengano una evidente polarizzazione sia nella scelta dei materiali sia anche nelle strutture organizzative di produzione, distribuzione, comunicazione, ecc...

³ Crane D. (1997), *La produzione culturale*, Il Mulino, Bologna.

⁴ Crane D. (2004), *Questioni di moda*, FrancoAngeli, Milano.

Ma se allora uomini e donne diventano sempre più interscambiabili per quanto riguarda le professioni e si vestono in modo sempre più simile, si può allora dire che è stata raggiunta quella situazione di uguaglianza, tanto auspicata dalle femministe, in cui esistono davvero le stesse opportunità tra uomini e donne e in cui dunque la moda non può più essere considerata come uno strumento di oppressione, utile per relegare la donna in posizioni subalterne?

Su questo tema il volume apre un dibattito perché contiene posizioni non allineate. Se l'idea dell'avvicinamento tra universi sembra infatti prevalere nei contributi della prima parte, nella seconda parte del testo le analisi della cultura visuale relativa alla moda e in particolare dell'iconografia pubblicitaria spostano il centro d'attenzione dai vestiti ai corpi che li indossano, esplorando i complicati nessi che esistono tra corpo, moda e strutture di potere. Se è vero dunque che le donne si sono emancipate dall'obbligo di adottare stili scomodi e a volte dannosi per la salute, non pare altrettanto vero che si siano emancipate dall'imperativo fortemente interiorizzato di conformare la loro apparenza a canoni di bellezza fissati dal *male gaze*, né liberate dalla tendenza a far dipendere la propria autostima dalla loro avvenenza fisica. Un aspetto confermato anche dall'osservazione secondo cui per le ragazze giovani seguire la moda è espressione del *self*, mentre per i ragazzi è un allontanamento dall'autenticità, che ancora classicamente vedono nettamente disgiunta dall'apparenza. A questo proposito, il saggio di Gonzalez ripercorre le tappe dello sviluppo del concetto di identità nel pensiero filosofico tra Ottocento e Novecento, partendo soprattutto dalla contrapposizione tra cultura oggettiva (di cui anche i vestiti fanno parte) e spirito soggettivo.

Nella lettura psicanalitica offerta dal saggio di Audisio, l'avvicinamento tra i sessi è un fenomeno che può essere letto a vari livelli di profondità con conseguenze e implicazioni molto diverse. Da un lato infatti esso corrisponde ad una precisa richiesta delle donne ad instaurare con i loro partner un regime di condivisione di responsabilità anche nelle sfere familiare e privata, con un conseguente effetto di omologazione, che di per sé non metterebbe in discussione la differenza tra i sessi. Ad un livello più profondo, invece, l'avvicinamento delle mode maschili e femminili può essere letto come un sintomo di regressione alle parti primitive del *self*, ad una fase pregenitale in cui vige l'indifferenziazione tra i sessi. In questa ottica la confusione tra stili non sarebbe tanto il segnale di una raggiunta uguaglianza sociale, quanto piuttosto il sintomo di una crisi generale che coinvolge uomini e donne, invitandoli ad una fuga dal piano della realtà (forse dive-

nuta troppo complessa e inquietante da gestire) per rifugiarsi in un *cocoon* pre-razionale e quindi precedente alla consapevolezza di genere.

Questa osservazione è “pericolosamente” assonante con quella tesi diffusa in ambito socio-psicologico, in base alla quale alcune malattie di recente diffusione, prima fra tutte l’anoressia, sarebbe espressione dell’incapacità da parte di un numero crescente di donne di gestire la confusione e l’ambivalenza delle aspettative sociali rispetto al loro ruolo. E, dal momento che ci sono sempre più segnali di una crescita dell’anoressia anche tra i giovani uomini, si potrebbe forse dire che la confusione sui ruoli sta invadendo anche l’universo maschile. Come notano parecchi dei saggi contenuti nel volume, da parte loro gli uomini tentano, sia pure con modalità differenziate per età, istruzione e condizione sociale, di resistere al totale rimescolamento dei ruoli che gli stili vestimentari simboleggiano: separando nettamente i vestiti dal loro senso del *self* (come gli studenti intervistati da Mora), fornendo performance esagerate e “sopra le righe” della loro eterosessualità (come i modelli studiati da Entwistle), prestandosi a rappresentazioni mediatiche che li ritraggono come “sottomessi” alle donne (Ruggerone, Sassatelli), ma sempre all’interno di microcosmi (per esempio quello erotico, o quello della moda, o quello del tempo libero) in cui è chiaro che lo scambio o la confusione delle parti è un puro gioco al di fuori della realtà vera.

D’altra parte, in una società come la nostra “sommersa” dalle immagini, può diventare anche difficile tracciare il confine tra realtà e rappresentazione⁵; anche ammesso che si riesca occorre perlomeno ipotizzare una interdipendenza tra le due sfere che rende le immagini non solo specchio, ma anche elemento costitutivo della realtà. Per questo gli ideali maschili e femminili che vengono proposti dai media rischiano di avere un forte impatto sui tentativi di costruzione delle nostre pur deboli identità, soprattutto quando essi diventano l’*alter ego* principale delle nostre proiezioni e delle nostre immaginazioni. In quest’ottica, e per proporre uno sguardo su altri mondi della rappresentazione, nel volume abbiamo incluso un inserto dedicato alle raffigurazioni corporee realizzate da un’artista contemporanea, Marta Dell’Angelo. Anche se ovviamente ogni lettore troverà una propria modalità soggettiva di esperire queste opere, la loro distanza dalle immagini femminili delle riviste patinate ricorda a tutti la possibilità di sguardi diversi e forse più liberi dal mercato.

⁵ Cfr. Baudrillard J. (1981), *Simulacres et simulations*, Galilée, Paris.