

## La moda e l'ídolo: un'escursione filosofica

*Lasciali dire, tu non dire niente: le tue parole tolgono agli uomini la loro fisionomia. Il tuo entusiasmo cancella i loro confini; quando parli tu, non sanno più chi sono, diventano te*

(E. Canetti, *La tortura delle mosche*, tr. it. Adelphi, Milano 2008, 76).

La scena umana è abitata dalla moda nel segno della seduzione e della fascinazione al punto da imporsi, non di rado, come un vero e proprio idolo.

Chiedersi la natura della moda nella sua versione più pervasiva, significa, infatti, interrogarsi sull'ídolo, ancor prima di ogni più o meno legittima contestualizzazione sociologica o del consueto florilegio di svisceramenti psicosociali.

In altri termini, perché gli oggetti della moda marcano in misura così radicale lo *stare al mondo* degli umani da divenire luoghi di culto idolatrico?

Per rispondere alla domanda, occorre distinguere la logica del bisogno da quella del desiderio.

Il bisogno, finalizzato al godimento, rinvia a un soggetto che non è mai, per sua natura, artefice e padrone del proprio essere, e crede di diventarlo proprio attraverso la soddisfazione di bisogni, attraverso il loro possesso e godimento.

Il bisogno, in questo senso, non è una mancanza, semmai indica una concentrazione dell'uomo in sé, nel proprio autoreferenziale godimento.

In estrema sintesi: il godimento si configura come l'estrema verità del bisogno, la *chance* che l'uomo rilancia ogni volta che si trova di fronte alla *nuda vita*, ad un mondo che gli appare un tutto indifferenziato, carico di angoscia, da cui si separa, prende le distanze, grazie alla messa in scena di bisogni che soddisfa e di cui gode.

Insomma, il bisogno colma un vuoto, riempie una mancanza con immediatezza e sincerità: la sincerità della fame e della sete.

L'uomo, in questo modo, si sente felice padrone di quel vuoto che ha riempito, gode del proprio godimento.

E. Lévinas ha avuto il merito di tematizzare questo processo cogliendo il punto con inusitato nitore:

*Nel godimento io sono assolutamente per me. Egoistasenza riferirmi ad altri – sono solo senza solitudine, innocentemente egoista e solo. Non contro gli altri, non “sulle mie”, ma assolutamente sordo nei confronti degli altri, al di fuori di qualsiasi comunicazione e di qualsiasi rifiuto di*

*comunicare, senza orecchie come ventre affamato* (E. Lévinas, *Totalità e infinito. Saggio sull'esteriorità*, tr. it. Jaca Book, Milano 1990, 135. Vedi anche F. Gabrielli, E. Garlaschelli, *Il paradigma fenomenologico-ermeneutico. Husserl, Heidegger, Gadamer, Lévinas, Ricoeur, Derrida*, La Cittadella, Mantova 2017; F. Gabrielli, E. Garlaschelli, *Il debito fenomenologico. Un tracciato teoretico*, Glossa, Milano 2018).

Attraverso il godimento, l'uomo può ergersi in piedi rispetto al mondo, assumere la posizione eretta, farsi io, darsi consistenza come soggetto.

Come si vede, bisogno e godimento non vanno sminuiti in nome della retorica dei *buoni sentimenti* e dei presunti valori interiori *versus* il bieco materialismo, ma costituiscono un vero e proprio principio ontologico, una struttura profonda dell'essere umano, che, per differenziarsi dal mondo, per configurarsi come soggetto, come io, si deve porre come essere egoista, felice del proprio godimento.

Il problema, semmai, nasce dopo, quando, all'improvviso, nell'ordinario fluire della nostra vita di godimento irrompe l'altro, un *trauma* direbbe S. Žižek, che, a differenza del bisogno, non si lascia dominare, possedere, calcolare, perimetrare, arginare, ma ci sfugge senza posa.

L'altro non si lascia ridurre ad un bisogno di cui godere, ha un'infinita trascendenza rispetto alla nostra presunta logica di dominio.

Lo sguardo dell'altro ci conferma della nostra esistenza, suscita il nostro desiderio e, nel contempo, si sottrae ad ogni dinamica di godimento egoistico, perché è un *di più*, un'eccedenza di senso che il ventre affamato e la gola assetata non possono colmare.

Qui si gioca la vera partita, qui fa il suo ingresso il desiderio che, al contrario del bisogno, non è mai, per sua natura, soddisfacibile: è apertura sempre aperta, continua trascendenza, vuoto incolmabile, espressione di quello che J. Lacan chiama il soggetto lacunare, fratto, colmo di *mancanza a essere*.

Il desiderio dice proprio della nostra mancanza, smaschera l'illusione del soggetto supposto padrone, supposto sapere.

In fondo, se il bisogno colma un vuoto innescando ottimali strategie di riempimento -so come e dove trovare i mezzi, gli strumenti per soddisfare, godendo, un mio bisogno - il desiderio si configura come l'inafferrabile, lo sfuggente perpetuo, *l'ingovernabile, l'inaggirabile*.

In termini davvero stringenti, il desiderio si annuncia agli umani come non un non sapere di cosa manchiamo e un mancare di ciò che non sappiamo.

Insomma, è quel vuoto incolmabile che abita ogni frammento della nostra esistenza, che stimola la nostra creatività per cercare di riempirlo, ma che sempre sfugge alla nostra portata.

Anche là dove ho realizzato la massima potenza del godimento, il desiderio rilancia se stesso dandoci scacco matto.

E l'idolo? Come si inserisce il tema dell'idolo nella dialettica bisogno-desiderio?

La risposta di P. Beauchamp è fulminante ed esaustiva ad un tempo: l'idolo nasce quando l'esistenza non esiste (P. Beauchamp, *L'uno e l'altro testamento. Saggio di lettura*, tr. it. Paideia, Brescia 1985, 331).

E' il nostro sguardo che fabbrica l'idolo per compattare un'esistenza altrimenti non acquisita:

*Lo sguardo fa l'idolo e non l'idolo lo sguardo: il che significa che l'idolo colma con la propria visibilità l'intenzione dello sguardo, che vuole appunto soltanto questo, vedere [...]. L'idolo, primo visibile, riempie per primo gli occhi di uno sguardo sino ad allora insaziabile (J.L. Marion, *Dio senza essere*, tr. it. Jaca Book, Milano 1987, 24-26).*

Stringendo il ragionamento, poiché l'uomo è un essere mancante, abitato dal desiderio come vuoto incolmabile, ha la viva esigenza di *riposare lo sguardo*, di non passare in modo frenetico, insostenibile, dal soddisfacimento di un bisogno all'altro, di credere che per un certo lasso di tempo abbia trovato il personaggio o il capo di abbigliamento o, più seriamente, la professione capaci di esaudire *in toto* il desiderio.

Ha necessità, in altri termini, di illudersi di riempire per una porzione di tempo un po' più duratura (si pensi ai personaggi dello spettacolo, alle stagioni della moda, agli opinionisti del momento, ecc.) il vuoto dell'esistenza, illudendosi che sia pieno ciò che, in quanto abitato dal desiderio, in realtà è sempre vuoto, o perlomeno bucato.

In questo modo, l'uomo eleva una parte dell'esistenza (il cantante, il calciatore, il capo di abbigliamento, ecc.) a dignità del tutto.

Mi autoconvinco dicendo: questo personaggio, questo vestito, questo politico, questo economista...sono la prova vivente che l'esistenza *esiste sempre*, cioè è compiuta, perfetta, in essa si possono davvero realizzare non solo i bisogni, ma addirittura i desideri, anzi il Desiderio.

L'idolo ubbidisce ad una logica ternaria:

1. Consistenza: è qualcosa di estremamente concreto, visibile, fabbricato dall'uomo nel tentativo di riempire il desiderio;
2. Concentrazione: l'uomo concentra tutto se stesso sull'idolo che ha fabbricato, il cui scopo è riempire il suo sguardo che la continua soddisfazione dei bisogni non riesce a saziare;
3. Quietude: poiché il possesso/godimento quali-quantitativo degli oggetti non ci sazia, troviamo quiete, o meglio pensiamo di trovarla, nell'idolo che fabbrichiamo e con il quale ci identifichiamo per dare solidità, corpo alla nostra esistenza (identificandoci in qualcosa che riteniamo stabile come l'idolo, ci rassicuriamo, pensiamo di avere la meglio sull'inquietudine sottesa alla vita, quindi sul desiderio), investendolo, da semplice parte quale sarebbe, come un tutto.

In questo modo, assistiamo ad un radicale capovolgimento delle logiche umane: l'uomo passa dal ruolo di possessore a quello di posseduto, poiché, identificandosi con l'idolo, pensa di aver trovato il sostegno al proprio desiderio, qualcosa di stabile che gli permette, sia pure provvisoriamente, di non dare più la caccia compulsiva ai bisogni e ai relativi godimenti, ma di riposare nel (presunto) desiderio:

Leggiamo S. Petrosino:

*All'interno dello specifico modo d'essere del soggetto l'ultimo possesso non è quello che sogna di possedere tutto, ma quello che decide di farsi totalmente possedere. L'idolatria perfetta non è infatti relativa a qualcosa che si possiede ma a qualcosa da cui il soggetto decide di farsi possedere; a questo livello non si tratta più di possedere il tutto attraverso la parte, ma di farsi possedere dalla parte come se fosse il tutto [...] il possedere del soggetto, che non riesce mai ad essere assoluto e soprattutto sicuro in quanto possedente, si trova così come risarcito dal fatto di poterlo essere in quanto posseduto (S. Petrosino, L'idolo. Teoria di una tentazione. Dalla Bibbia a Lacan, Mimesis, Milano 2015, 85-86).*

Siamo così giunti al cuore della pratica idolatrica, una pratica squisitamente umana.

La moda gioca qui la sua partita, tra evento creativo, vitale, capace di scompaginare il sistematico, impositivo fluire della vita e pratica idolatrica sempre in agguato.

In definitiva, alla moda si richiede di dare voce alla liberazione del corpo, non alla sua militarizzazione:

*La militarizzazione del corpo: assoluta estetizzazione, massima visibilità, autodisciplina ad oltranza (F. Gabrielli, E. Garlaschelli, V. Guarracino, Antropologia della lacrima. Escursioni filosofiche e letterarie, Minerva, Bologna 2017, 57. Vedi anche F. Gabrielli, Philosophy and Psychiatry. The violated body in the era of the invisible man, NeuroQuantology | June 2012 | Volume 10 | Issue 2 | Pages S1-28: 19-20).*