

**Francesco Lamendola**

## **La donna, schiava della moda**

### **fino a lasciarsi mettere l'anello al naso?**

In una bella sera di luglio, nella verde campagna della Danimarca, cinque amici si incontrano per una cena e una conversazione fra intimi, lontano dal rumore e dalle distrazioni della città. Sono il Giovinetto, Constantin Constantius, il Mercante di mode, Victor Eremita e Johannes il Seduttore: personaggi fra loro diversissimi, tre dei quali già ben noti ai lettori di Kierkegaard, in quanto corrispondono ad altrettanti pseudonimi del filosofo.

Al termine delle libagioni e di una abbondante bevuta, ha inizio la conversazione. Il tema prescelto è lo stesso del *Simposio* platonico: la natura dell'amore. Parlano a turno ciascuno, senza venire interrotti dagli altri; e ciascuno porta il proprio bagaglio di esperienze, di riflessioni, di sogni e delusioni. Tale è l'argomento del saggio filosofico-letterario *In vino veritas* di Sören Kierkegaard; sottotitolo *Un ricordo più tardi richiamato alla mente di William Afham*.

L'atmosfera è vagamente bergmaniana, sul tipo di *Sorrisi di una notte d'estate*; ma ricorda anche - per restare in ambiente scandinavo - il memorabile *Pranzo di Babette* di Gabriel Axel (tratto da un racconto di Karen Blixen). Non si tratta di una conversazione spensierata: nonostante il tono talvolta un po' enfatico dei commensali, dietro le loro parole si intuisce una acuta profondità di sguardo e una dolorosa consapevolezza della serietà della vita. La cosa più simile che si potrebbe immaginare, nel contesto odierno, sarebbe una qualche forma di seduta di gruppo basata sui principi della terapia psicanalitica.

Noi non ne faremo, in questa sede, una relazione completa, perché ciò esulerebbe dal nostro intendimento. Ci limiteremo a far presente che si tratta di un testo letterario bellissimo, dal fascino ambiguo e sottile, che pare trasportarci in un ambiente al tempo stesso strano e familiare; uno dei testi più ispirati della modernità, che meriterebbe di essere molto più letto e conosciuto presso il vasto pubblico europeo e mondiale.

Alcune pagine sono, per la delicatezza del tratto e per la finezza della scrittura, degne di figurare in una antologia delle maggiori opere letterarie d'ogni tempo. Tra esse, ad esempio, spicca la stupenda chiusa del racconto, con quel paesaggio incantevole del primissimo mattino (a quelle latitudini, le notti estive sono molto brevi), quando la verde campagna si ridesta al nuovo giorno e una dolcissima figura femminile, che sembra presa da un quadro impressionista *ante litteram*, da un Renoir o da un Manet, esce nel giardino di casa intenta alle sue serene faccende, ignara dello sguardo maschile che, da lontano, la ammira incantato. Si tratta di una pagina straordinaria, che non ha nulla da invidiare alla celeberrima descrizione, nel *Fedro*, della campagna ateniese in riva al fiume Ilisso.

In questa sede ci limiteremo a riportare e commentare uno dei cinque discorsi che si succedono nel corso della lunga conversazione intorno alla tavola cosparsa di bottiglie, in quella atmosfera lattiginosa che non è veramente notte e non è ancora giorno (le famose "notti bianche" delle quali parla anche Dostojevskij).

Per la precisione, abbiamo scelto il discorso del Mercante di mode, fine conoscitore delle pieghe più riposte della psicologia femminile: perché la sua opinione sul sesso muliebre, ancorché influenzata e, forse, deformata dal suo particolare angolo visivo di natura commerciale, ci è sembrata quanto mai interessante al fine di avviare alcune riflessioni sul rapporto esistente tra l'eterno fenomeno della moda e la natura più intima della donna.

Seguiamo la traduzione di Icilio Vecchiotti di *In vino veritas* (Bari, Laterza, 1983, pp. 80-87), ricordando che l'opera fa parte di *Stadi sul cammino della vita*, una delle opere estetiche ed etiche più importanti del filosofo danese, scritta nel 1845.

*Victor aveva appena finito di parlare che il mercante di mode s'alzò di scatto, rovesciò una bottiglia di vino che gli stava dinanzi, e cominciò allora così:*

*«Avete ben parlato, cari commensali, avete ben parlato; quanto più vi sento parlare, tanto più mi convinco che siete dei congiurati, vi saluto come tali, v'intendo come tali, perché i congiurati uno li capisce da lontano. Eppure, che cos'è che sapete, che cos'è il vostro meschino teorizzare, al quale conferite la sembianza dell'esperienza, che cos'è la vostra ristretta esperienza che ricucite insieme fino a farne una teoria, ma questo solo per un momento, per sentirvi poi preda di un'illusione o di un inganno appena un momento dopo? No, io conosco la donna, la conosco dal suo lato debole, e questo vuol dire che la conosco. Io non mi ritraggo, nello studiarla, dinanzi ad alcun timore, e non m tiro indietro dinanzi ad alcun mezzo che serva a convincermi di ciò che ho inteso, perché io sono un arrabbiato e arrabbiati si deve essere per capirla e, se uno non lo fosse prima, lo diventerebbe, quando l'ha capita. Come il brigante ha il nascondiglio nei pressi della chiassosa strada maestra e il formichiere il suo imbuto nella morbida sabbia e il pirata la sua tana presso il mare muggente, così io ho ma mia boutique nel bel mezzo dell'umano brulicare; seduttrice, irresistibile per una donna come il monte di Venere per l'uomo. Là, in una boutique, si impara a conoscerla, praticamente e a fondo, senza alcuna astrazione teoretica.. Anzi, se la moda non avesse altro significato se non quello di indurre una donna a spogliarsi del tutto nella vampa della concupiscenza, questo però sarebbe già qualcosa. Ma non è così, la moda non è voluttà manifesta, non è dissolutezza tollerata, ma contrabbando della sconvenienza, autorizzato come decenza. E come nella Prussia pagana la ragazza da marito portava un campanaccio, il cui suono costituiva un segnale per gli uomini, nello stesso modo un'esistenza di donna è un eterno scampanellare non per i dissoluti, ma per coloro che sono ghiotti di voluttà. Si crede che la felicità sia donna, oh già, certo essa [la felicità] è incostante, ma essa è però incostante in qualcosa, perché può dare molto, in quanto non è donna. No, la moda è donna, perché la moda è l'incostanza del non-senso, la quale conosce soltanto una conseguenza, quella di diventare sempre più folle. Un'ora nella mia boutique vale più di anni e giorni fuori di essa, se si desidera imparare a conoscere la donna; nella mia boutique, perché essa è la sola nella città di residenza della Corona e non c'è da darsi pensiero della concorrenza. Chi si arrischierebbe mai a mettersi in lizza con colui che si è tutto consacrato e si consacra sommo sacerdote di questa idolatria? No, non c'è società raffinata, nella quale il mio nome non sia il primo e l'ultimo, e non c'è società borghese, ove il mio nome, nel momento in cui è pronunciato, non ispiri un sacro timore reverenziale come quello del re e non c'è vestito tanto bizzarro che, quando provenga dalla mia boutique, non sia accompagnato dal mormorio, allorché esso attraversa la sala; e non c'è signora d'alta nascita che s'arrischi a trascurare la mia boutique passando oltre e non c'è ragazza borghese che non passi davanti ad essa sospirando e non pensi: se solo avessi da spendere! E certo lei non sarebbe delusa. Io non inganno nessuno; ciò che è più fine, ciò che è più costoso lo fornisco ai prezzi più modici: anzi vendo perfino sottocosto, in questo senso non bramo di farci dei grossi guadagni, anzi, ci rimetto annualmente grosse somme. E però io voglio pur guadagnare, lo voglio, profondo fin l'ultimo centesimo per corrompere, per comprare gli organi di pubblicità della moda, così da poter vincere la partita in giuoco. È per me una voluttà senza uguale metter fuori stoffe costose, tagliare, ritagliare autentici merletti di Bruxelles, per realizzare un vestito da folli, svendo ai prezzi più bassi stoffe fini e alla moda. Credete voi forse che sia soltanto in particolari momenti che lei desidera essere alla moda? Lungi da ciò, ella lo vuole sempre e questo è il suo unico pensiero. Perché la donna ha dello spirito, ma questo è tanto bene impiegato quanto gli averi del figliuol prodigo, e la donna dispone di riflessione in grado inconcepibilmente alto perché non c'è nulla di così sacro che lei nello stesso istante non trovi riconducibile all'adornarsi, e l'espressione più distinta dell'adornarsi è la moda. Qual meraviglia che lei trovi tutto passibile di riduzione a un fatto di ornamento, dal momento che la moda è appunto*

*[per lei] il sacro; e non c'è nulla di così insignificante che essa di nuovo non sappia mettere in rapporto con l'adornarsi e l'espressione più insipiente dell'agghindarsi è la moda; e non c'è nulla, nulla in tutto il vestirsi di lei, non il più piccolo nastro, senza che lei si formi un'idea del rapporto di esso con la moda e senza che lei in un batter d'occhio scopra se quell'altra signora che passa lì l'abbia osservato; perché, per chi si agghinda lei, se non per altre signore? Anche nella mia boutique, dove essa non viene che per rifornirsi di corredo secondo la moda, anche là essa è alla moda. Allo stesso modo che c'è un costume speciale per il bagno e per l'equitazione, così c'è anche un modo speciale di vestirsi che è di moda per venire in boutique. Questo vestito non è volutamente trascurato come il négligé nel quale una signora si compiace di farsi sorprendere nelle prime ore del mattino. Il punto importante è in quel caso la sua femminilità, la sua civetteria nel farsi cogliere di sorpresa. Il vestito alla moda invece è fatto, calcolatamente, per essere negletto, un po' frivolo, senza che se ne debba perciò esser messi a disagio, perché un mercante di mode sta con lei in un rapporto diverso che un cavaliere. La civetteria sta nel mostrarsi in tal modo a un uomo che, in stagione della sua situazione, non osa pretendere il riconoscimento femminile della signora, ma deve contentarsi degli incerti proventi che cadono a profusione, senza che lei ci pensi neppure, senza che le venga in mente di comportarsi da signora nei riguardi di un mercante di mode. Il punto essenziale è questo, che la femminilità è in certo modo trascurata e la civetteria resa inoperante nella distinta superiorità della signora distinta, la quale sorriderrebbe de qualcuno alludesse a un siffatto rapporto. Se è in négligé e qualcuno le fa visita, lei si schermisce e si tradisce nel suo schermirsi, nella boutique ella si spoglia con la massima nonchalance, perché lì c'è soltanto un mercante di mode - e lei è una donna. Ora uno scialle scende un po' più giù e scopre una piccola nudità; se io non so che cosa ciò significhi e che cosa ella voglia, la mia reputazione sarà perduta; ora ella si stringe apriori, ora gesticola aposteriori, ora dondola le anche, ora si specchia e vede nello specchio il mio muso ammiratore, ora bisbiglia, ora sgambetta, ora ondeggia, ora trascina il piede con fare negletto, ora si affonda mollemente in una poltrona, mentre io in umile positura le offro un flacone e con la mia adorazione rinfresco i suoi calori, ora ella dà verso di me una manatina maliziosa, ora lascia cadere il fazzolettino, lascia anzi, senza muoversi nemmeno un tantino, che il braccio le rimanga in posizione perdutoamente penzolante, mentre io mi inchino e lo raccato e glielo porgo ed ottengo un piccolo cenno del capo, di protezione. In questo modo si comporta una signora alla moda, quando è nella boutique. Se Diogene commovesse quella donna che stava giù a pregare in una posizione in certo modo sconveniente [Diog. Laerz., VI, 37], quando osservò se non credesse che gli dei potessero vederla di dietro, non lo so; ma so questo, che, se dicessi a Sua Grazia inginocchiata: 'Le pieghe della sua veste non cadono secondo i dettami della moda, ella si spaventerebbe più che di offendere gli dei. Guai a quella reietta, a quella cenerentola, che non comprende questo. Pro dii immortales, che cos'è una donna, anche quando non è alla moda. Perrdeos obsecro, che cos'è mai essa, quando è alla moda.*

*Se questo è vero? Fatene pur la prova: che l'amante, mentre l'amata gli si affonda beatamente nel petto e bisbiglia impercettibilmente 'Tua per sempre', nascondendo il capo nel suo peto, che lui le dica: 'Catinca, la tua pettinatura non è proprio per niente alla moda'. Forse gli uomini non ci pensano, ma colui che lo sa e gode della stima che proviene dal saperlo, è l'uomo più pericoloso del regno. Quali ore beate l'amante passi con l'amata prima del matrimonio, non so, ma le ore beate che lei passa nella mia boutique, a lui passano lontan dal naso. Senza il mio permesso regale e la mia sanzione, un matrimonio è però un atto senza senso o anche un'impresa alquanto plebea. Facciam conto che sia venuto il momento, quello in cui loro due devono incontrarsi davanti all'altare, che essa si presenti con la coscienza più tranquilla del mondo, perché tutto è stato comprato da me e davanti a me tutto è stato provato, se io mi precipitassi avanti e dicessi: 'Ma, Dio mio, mia graziosa signorina, la corona di mirto sta proprio tutta fuori posto', allora forse la cerimonia sarebbe rimandata. Ma tutto questo gli uomini non lo sanno. Si deve essere mercanti di mode, per saperlo. C'è bisogno di una riflessione così gigantesca, per controllare la riflessione di una donna, che soltanto un uomo che vi si consacri è in grado di farlo, ed è in grado di far ciò se*

*ne possiede originariamente il dono. Felice è quindi quell'uomo che non si lega a nessuna donna, perché, anche se non appartiene a nessun altro, non appartiene affatto nemmeno a lui, perché appartiene a quel fantasma, prodotto dai rapporti innaturali della riflessione femminile con la riflessione femminile: la moda. Ecco perché una donna dovrebbe giurar sempre sulla moda, in questo caso ci sarebbe valore nel suo giuramento, perché la moda è per l'istante l'unica cosa che lei nel suo pensiero possa applicare a tutto e introdurre in ogni cosa. È per l'appunto dalla mia boutique che esce di norma per entrare nel mondo delle persone di rango la lieta novella per tutte le signore distinte, che la moda ordina l'uso di un particolare cappellino, quando si va in chiesa, e che questo cappellino deve poi esser differente per la messa e per il vespro. Quando suonano le campane, la carrozza si ferma avanti alla mia porta. Sua Grazia discende (perché anche questo è stato proclamato, che nessuno possa aggiustare il cappellino in modo acconcio, se non io, il mercante di mode), io mi precipito incontro a lei con un profondo inchino, la conduco nel mio salotto e, mentre lei vegeta mollemente, metto tutto a posto. Lei è pronta, si è specchiata; in gran fretta, come un messaggero degli dei, mi affretto innanzi, ho aperto la porta del salotto e m'inchino, corro alla porta della boutique, porto il braccio al petto come uno schiavo orientale, ma, confortato da un grazioso inchino, mi azzardo però a deporre rapido un bacio adoratore e ammiratore sulla mano - lei si siede nella carrozza ed ecco! Ha dimenticato il libro dei salmi, io corro fuori e glielo porgo attraverso il finestrino, mi permetto ancora una volta di rammentarle di tenere la testa un pochino verso destra e di aggiustarlo un po' da sé, nel caso che nello scendere dovesse mandare il cappellino fuori posto. Lei se ne va a farsi edificare.*

*Voi credete, forse, che siano soltanto le signore distinte a rendere omaggio alla moda; per niente. Date un'occhiata alle mie cucitrici, per la cui toilette non faccio alcun risparmio, perché i dogmi della moda possano esser proclamati con enfasi al di fuori della mia boutique. Esse formano un coro di mezze invase ed io sesso, quale sommo sacerdote, do il pretesto con splendido esempio e dissipo ogni avere soltanto per rendere ridicola ogni donna con l'aiuto della moda.. Perché quando un seduttore trae vanto dal fatto che la virtù di qualsiasi donna sia in vendita per il gusto compratore, io non gli do retta, ma credo che qualsiasi donna in poco tempo sia per essere fanatizzata dall'autoriflessione folle e contaminante della moda, la quale la corrompe in modo del tutto diverso che se fosse stata sedotta. Io l'ho provato più di una volta. Se non posso farlo di persona, aizzo un paio di schiave della moda, che appartengono al suo sesso ceto, contro di lei, perché come si addestrano i ratti a mordere i ratti, così il morso della donna fanatizzata è come quello della tarantola. E tutto questo è particolarmente pericoloso allorché un uomo vi si metta a dare il suo aiuto. Se servo il diavolo o servo Dio, non so, ma ho ragione, voglio aver ragione lo voglio fintantoché posseggo un solo centesimo, lo voglio fintantoché il sangue mi sprizzi dalle dita. Il fisiologo disegna la struttura di una donna per mostrare le terribili conseguenze del busto, d'altro lato disegna la figura normale. È giusto, ma solo uno di essi [disegni] ha valore reale: esse, vanno tutte col busto. Raffiguratevi dunque la meschina bislacca stramberia di quella malattia epidemica che è la moda, descrivete questa riflessione che procede di soppiatto, che la divora, raffiguratevi quel pudore femminile che meno di qualsiasi cosa sa qualcosa di se stesso, fatelo bene e avrete nello sesso giudicato la donna e l'avrete in realtà giudicata in modo terribile. Se mi capita di scoprire una ragazza che si trovi ad essere modesta ed umile e che non sia stata corrotta dal continuo indecente rapporto con le donne, essa però dovrà cader nella trappola. L'adesco per farla cadere nelle mie reti, ora si trova nel luogo del sacrificio, ossia nella mia boutique. Con lo sguardo beffardo di cui può armarsi una raffinata nonchalance, io la squadro, lei muore dallo spavento, una risata dalla stanza vicina dove stanno i miei lavoratori ammaestrati l'annienta. Quando infine l'ho acconciata alla moda, quando lei ha l'aspetto più folleggiante di quello d'un ospite del manicomio, tanto folle quanto quello di una che non potrebbe neppure essere ammessa in un manicomio, allora se ne va beata dal mio cospetto, nessun essere umano, nemmeno un dio, potrebbe spaventarla, perché lei è alla moda.*

*Mi comprendete voi ora, comprendete perché vi chiamo congiurati, pur soltanto alla lontana? Tutto nella vita è cosa di moda, il timor di Dio è cosa di moda e l'amore e le sottogonnelle di*

*stecche di balena e un anello al naso. Così io voglio con tutte le mie capacità venire in aiuto di quel genio elevato, che desidera ridere del più ridicolo d tutti gli animali. Se la donna ha ridotto tutto alla moda, io voglio allora prostituirla con l'aiuto della moda, come lei ha meritato; io non mi do pace, io il mercante di mode; la mia anima va in furore, quando penso al mio compito: lei dovrà arrivare al punto d andare in giro con un anello al naso. Per questo non andate in cerca di nessuna da amare, rinunciate all'amore come alla vicinanza più pericolosa, perché anche le vostre amate sarebbero capaci di andare in giro con un anello al naso».*

Tale il discorso del Mercante di mode; che non riflette, è appena il caso di dirlo, il pensiero di Kierkegaard sulla donna, ma certamente richiama alcuni spunti della sua personale riflessione in proposito, dato che egli era un sottile indagatore dell'animo umano.

La prima cosa che ci sembra di dover sottolineare, nel discorso sopra riportato, è che il tono generale di esso, esplicitamente risentito, potrebbe trarre facilmente in inganno circa il punto di vista di colui che lo pronuncia. Infatti, a dispetto del fatto - o proprio per il fatto - che egli si proclama arrabbiato e in furore, il Mercante di mode tradisce una intima ferita che non nasce, evidentemente, da un atteggiamento di puro e semplice disprezzo della donna, *il più ridicolo d tutti gli animali*, ma da una inconfessata sofferenza per il fatto che la donna, da lui osservata continuamente nel suo punto debole, appare così superficiale e influenzabile, tanto da non poter regolare ogni singolo atto e pensiero della sua vita se non in funzione della moda. Se la disprezzasse, il Mercante non sarebbe esasperato; si fregherebbe le mani per i buoni affari che la vanità femminile, opportunamente stuzzicata e rinfocolata - magari con la complicità inconsapevole di altre donne - gli consente di realizzare; e non chiederebbe di meglio.

Da ciò possiamo arguire che, a dispetto della sua violenza e del suo cinismo, il Mercante è, in realtà, un idealista, un ammiratore deluso delle donne. Dopo averne elaborato una immagine altamente spiritualizzata, forse nella sua adolescenza, attraverso il contatto quotidiano nella *boutique* egli ha potuto - e dovuto - vederle da vicino nel loro aspetto più frivolo e spoetizzante, e ne è rimasto atrocemente deluso.

Perciò la sua scommessa finale, di essere in grado - volendo - di far sì che tutte quante se ne vadano in giro con l'anello al naso, non nasce che da una sensibilità ferita, da un ideale crollato; e, più che una minaccia, sembra un grido di disperazione, rivolto in gran parte contro se stesso.

Che questa non sia una ipotesi gratuita, ma una interpretazione molto verosimile, lo si deduce anche dall'ultima "sfida" del Mercante agli altri commensali: non innamoratevi mai di una donna, perché quell'essere meraviglioso che vorreste adorare senza fine, non è altro che una sciocca e vanesia creatura dispostissima, anzi, desiderosa di rendersi ridicola, pavoneggiandosi in giro con un anello al naso, se tale fosse l'ultimo imperativo della moda!

Resta, al di là dello stato d'anima con il quale il Mercante giudica le donne, la questione della validità o meno delle sue affermazioni.

Nella sequenza finale del film di Enrico Maria Salerno *Anonimo Veneziano*, del 1970 (tratto dal libro di Giuseppe Berto), la protagonista femminile, interpretata da Florinda Bolkan, si lascia condurre in una lussuosa *boutique* dal suo ex grande amore (l'attore Tony Musante) e regalare un magnifico vestito alla moda. Eppure l'incontro fra i due, dopo anni di separazione, è stato altamente drammatico: lui le ha confessato di avere un tumore in fase terminale; ed entrambi, dopo la commossa rievocazione dei giorni felici trascorsi insieme, vari anni prima, sanno che, salutandosi, non si rivedranno mai più.

Eppure, in simili circostanze, pare che la bella protagonista non sappia far di meglio che pensare ai vestiti, provarseli allo specchio, pregustare la gioia di poterli indossare... Si tratta di una immagine deformata e tendenziosa dell'animo femminile, oppure rispecchia - magari in forma un po' esagerata - un aspetto reale di essa? Ed è vero, come sostiene il Mercante di mode, che perfino sull'altare, in procinto di sposare il grande amore della sua vita, praticamente qualunque donna pianterebbe baracca e burattini e se ne scapperebbe via, se un esperto di moda le dicesse che qualcosa è in

disordine nel suo abito da cerimonia? E, infine, possiamo condividere l'affermazione che la moda è l'arte, peraltro costosa, di rendere le donne talmente ridicole, che neppure al manicomio il loro modo di agghindarsi sarebbe tollerato, se non fosse per la tacita convenzione di concedere alla moda di seguire qualunque vento di follia?

Si tratta, evidentemente, di interrogativi che ammettono una pluralità di risposte, a seconda del punto di vista che si adotta e delle convinzioni generali dalle quali si valutano le cose. Non vogliamo, tuttavia, cavarcela a buon mercato con una tale dichiarazione di relativismo, perché lo sforzo del pensiero non può ridursi a fabbricare degli alibi per tutte le opinioni, ma consiste nel tentare di individuare, fra esse, quella meno lontana dalla verità.

Né giova obiettare, come qualcuno potrebbe fare, che dai tempi di Kierkegaard ad oggi vi è stata una tale mutazione antropologica, per cui la donna non è più quella del primo Ottocento, e il suo rapporto con la moda è radicalmente mutato. Non ci sembrerebbe, infatti, un'obiezione seria; perché, pur essendo vere le premesse, non ci sembra che lo sia anche la conclusione. Certo, l'orizzonte culturale della donna - come, del resto, quello dell'uomo - è profondamente mutato, negli ultimi due secoli, così come sono mutate le tendenze della moda e, fino a un certo punto, il rapporto tra la moda e la femminilità. Ma da ciò non deriva che la parte più profonda della psicologia femminile sia cambiata in maniera decisiva: anche se vestita (o svestita) in giubbotti di pelle, tacchi a spillo e, magari - come in tanti filmetti e filmacci di matrice hollywoodiana - impugnando una pistola-mitragliatore (che crea una nota piacevolmente sado-masochista), la psicologia della donna, nel profondo, non è cambiata poi tanto. Ella desidera innanzitutto piacere, oggi come ieri, come sempre: cambiano i mezzi, non il fine.

Dunque: si può ammettere che la donna sia "il più ridicolo degli animali", fino al punto di abbandonarsi a qualunque sciocchezza, a qualunque sconvenienza pur di seguire la moda; fino a posporre ad essa qualsiasi altra cosa, fosse anche la più sacra; fino al punto di perdere ogni riserbo, ogni innocenza, di più, fino al punto di voler trascinare sulla medesima strada, per furore irragionevole, quelle sue amiche o compagne che non mostrassero lo stesso desiderio? Fino a perdere, non solamente il rispetto di sé stessa, ma anche ogni barlume di spirito critico e di pensiero indipendente, accodandosi come una pecora volenterosa allo stolido gregge formato dall'opera degli stilisti di moda?

Un tempo - un tempo non lontano - il pensiero femminista ribaltava questo genere di domande, facendo osservare, polemicamente, che se la donna si era ridotta ad oggetto, ciò era l'effetto di una precisa domanda del maschio; il quale, appunto, voleva disporre non di una donna, ossia di una persona autonoma e creativa, ma di un semplice donna-oggetto; poco più di una bambola di plastica gonfiabile.

Ahimé, debole argomento, anzi decisamente inconsistente: perché se fosse vero che, anche in questo campo, è la domanda a creare l'offerta, allora l'inevitabile conclusione dovrebbe essere che la donna non si distingue in nulla dalle altre merci che circolano sul mercato della società consumista. In altre parole, l'immagine di un maschio onnipotente che riesce a degradare, con chissà quali lusinghe e minacce, la stima in se stessa della donna, inducendola ad assumere comportamenti contrari alla sua vera natura e ai suoi veri bisogni, è un'immagine altrettanto mitizzata di quella dell'orco o del lupo mannaro delle favole per bambini.

E poi, non si accorgevano le femministe che, invocando questa pretesa "spiegazione", non facevano altro che ribadire, per loro stessa ammissione, l'assoluta incapacità della donna di fare delle scelte autonome, di mostrare uno straccio di personalità, insomma di essere quella che realmente desidera essere? No, davvero: se fosse vero che la donna-oggetto, schiava di tutte le mode, anche le più discutibili e volgari, non è altro che il prodotto della pressione dell'immaginario maschile, bisognerebbe concluderne che la donna è incapace di volere da sé quello che le conviene, e non è altro che un debole strumento nelle mani del maschio.

Nel libro di Anna Del Bo Boffino *Pelle e cuore* (Milano, Rizzoli, 1979, p. 101), scritto - con intelligenza - in piena epoca femminista, si cita, tra le altre, l'intervento di una certa Serena, che testimonia in maniera eloquente come, spesso (non diciamo sempre), la tendenza masochista della

donna non sia affatto l'adeguamento a una "imposizione" del maschio, bensì una esigenza spontanea:

*Non sono d'accordo col rifiuto della penetrazione e del maschio per quanto riguarda la sessualità. Posso rifiutarlo in tutti gli altri campi, ma nel campo specifico non me la sento. Certe formule di rifiuto mi ricordano molto la mia infanzia, quando mia madre mi diceva che gli uomini sino tutti dei porci e che vogliono tutti la stessa cosa... Io, quindi, il sesso col maschio l'ho vissuto come liberazione da tutti questi condizionamenti e lo sento in modo positivo. Il mio uomo del momento non è certo la fine del mondo, anzi diciamo pure che è un po' stronzo, un impasto di zen, filosofie orientali e marxismo, però a me piace lo stesso scopare; anzi, vi dirò di più, mi piace anche essere sodomizzata...*

Laddove la tendenza masochista non emerge solo dal piacere di farsi sodomizzare, proclamato ad alta voce e con orgoglio nel pieno di una assemblea femminista; ma anche dall'ammissione di essersi legata a un uomo "piuttosto stronzo", il che denota scarso rispetto di se stessa; e, più in generale, dalla disinvoltura con la quale Serena allude ai suoi cambiamenti di *partner*, senza rendersi conto che, se il suo atteggiamento è quello di voler ridurre l'uomo (anzi, come lei dice, "il maschio") a oggetto esclusivo del suo piacere, altrettanto ella medesima finisce per degradarsi alla funzione di oggetto del piacere altrui.

Ma torniamo al problema della moda e della relazione che, con essa, la donna tende a istituire, a dispetto dei mutamenti che assumono le *forme* della moda stessa.

Anche se oggi è poco di moda (appunto), ci sembra si possa concordare sull'esistenza di un *eterno femminile*, ossia di una dimensione psicologica femminile che resta fundamentalmente costante, al di là dei mutamenti sociali, culturali e di costume e del variare dell'età della donna stessa. Parte di esso - si badi, parte e non tutto - è il desiderio di piacere, o meglio, di verificare e sperimentare continuamente la propria capacità di piacere.

Piacere a chi, a se stessa o al maschio? Contrariamente a quel che ne pensano le femministe, crediamo che ella desideri innanzitutto piacere al maschio. Tuttavia - e qui sta la contraddizione - la donna sa che il miglior giudice possibile, in fatto di seduttività femminile, non è affatto il maschio, bensì le altre donne. Ecco allora l'apparente paradosso per cui le donne, quanto più desiderano suscitare il desiderio dell'uomo, tanto più si sforzano di superare l'esame da parte delle altre donne; e, dunque, in un certo senso, di piacere non tanto agli uomini, quanto alle donne. Solo se riescono a strappare - malvolentieri! - uno sguardo d'invidia da parte di un'altra donna, esse si sentono veramente sicure di sé e capaci di far girare la testa a qualunque uomo. E questo perché solo una donna sa individuare d'istinto, in una frazione di secondo, gli eventuali "punti deboli" della macchina da guerra preparata, con l'ausilio della moda, da un'altra donna. Solo una donna saprebbe cogliere al volo quei difetti, quelle imperfezioni, quelle lacune nell'armamentario della seduzione fisica, che alla stragrande maggioranza degli uomini - quanto meno, degli uomini normali - sfuggirebbero completamente, almeno sulle prime.

La passione che la donna, fin da bambina, ripone nel prepararsi, truccarsi, vestirsi, è innata; non è vero che, se le si mettessero in mano macchinette e soldatini, ella crescerebbe con la stessa psicologia del maschio. Non più di quanto sia vero che, crescendo un bambino con giocattoli quali bambole e fornellini, si potrebbe raggiungere lo scopo di farne, da adulto, un individuo con una psicologia perfettamente uguale a quella di una donna.

Ora, è certo che l'uomo - vittima, non meno della donna, del meccanismo alienante della società consumista - tende a richiedere alla donna di interpretare il copione della bambola *sexy*; ma è altrettanto certo che nessuna donna vi è mai stata costretta; tanto è vero che alcune donne tendono a ribellarvisi, e cercano di farsi apprezzare per le loro qualità interiori piuttosto che per il loro corpo o per gli abiti che indossano.

Sbaglierebbe, tuttavia - e sbaglierebbe per un eccesso di idealismo - l'uomo che volesse "vendicare" la donna dalla *vile calunnia* di essere eccessivamente schiava della moda, perché negherebbe una componente essenziale della psicologia femminile: il desiderio di piacere, sempre; e di verificare continuamente tale capacità di suscitare interesse e ammirazione, *anche* mediante lo strumento del corpo e dell'abbigliamento.

Perché mai, altrimenti, Mirandolina, ne *La locandiera* di Goldoni, si sentirebbe tanto punta sul vivo dall'indifferenza del Cavaliere, da volerlo far innamorare ad ogni costo, con ogni possibile stratagemma, per puro dispetto? Lei era già abituata alle galanterie di tutti gli altri clienti; sguardi di desiderio da parte dei maschi non le mancavano, così come non le mancava un buon grado di fiducia in se stessa; perché dunque non avrebbe potuto, *per una volta*, accettare con buona pace il fatto di non suscitare l'attenzione di un uomo qualsiasi, uno sconosciuto di passaggio? Perché questo bisogno compulsivo di trionfare, di vedere anche lui, sconfitto, ai suoi piedi; e, subito dopo, *di umiliarlo con un rifiuto*?

Un moralista potrebbe insorgere davanti all'affermazione che le donne sono ossessionate dal bisogno di piacere, sostenendo che esse, attraverso un corso accelerato di autostima, potrebbero affrancarsi da una simile "servitù". Certo che lo potrebbero... Le donne non sono meno intelligenti degli uomini, non sono meno intuitive, e non dispongono - all'occorrenza - di una volontà meno agguerrita. Ma il punto non è questo. Il punto è: siamo sicuri che le donne, anche se lo potessero, vorrebbero realmente liberarsi dalla supposta schiavitù della moda e dal loro incessante, straripante desiderio di essere rassicurate circa il fatto di essere desiderabili?

La moda è, né più né meno, lo strumento che consente loro di realizzare un tale desiderio; non sono schiave della moda, dunque, ma - semmai - del loro bisogno di essere sempre apprezzate. Che è quanto dire che sono schiave della loro natura... un'espressione quanto meno incongrua.

Così, *anche* seguendo i dettami della moda e preoccupandosi continuamente del loro aspetto esteriore, esse si sentono realizzate; e, anche se nei soggetti più grossolani il gioco finisce per diventare fine a se stesso - nonché piuttosto volgare -, in quelli più elevati assume le forme leggiadre di una continua ricerca della forma migliore, della bellezza, della grazia.

Desiderare che esse siano altro da quello che sono, sarebbe come rimproverar loro il proprio statuto ontologico. Cosa quanto mai sterile e assurda e, benché - forse - bene intenzionata, assai poco rispettosa della loro vera natura. Accettarle e apprezzarle così come sono - salvo, s'intende, rifiutare certe esagerazioni di dubbio gusto - significa render loro giustizia; così come gli uomini desidererebbero esser capiti e accettati da esse per quello che sono realmente, e non per delle qualità che, onestamente, sanno di non possedere affatto.