

Taste and Fashion: Three Philosophical-Anthropological Comparative Readings

Simona Bertolini

Following current fashion is a widespread and well-known phenomenon of so called consumer society, characterised by a rapid change of shared tastes. Although philosophy has not paid enough attention to this phenomenon yet, references to fashion or evaluations of its intrinsic dynamics are present in the works of several contemporary philosophers. Concerning this matter, the purpose of the paper is to compare conceptual paradigms emerging from the perspectives of three twentieth-century thinkers: Nicolai Hartmann, Hans- Georg Gadamer and Eugen Fink.

Gusto e moda: tre letture filosofico-antropologiche a confronto

di *Simona Bertolini*
bertolini1980@gmail.com

“Following current fashions” is a widespread and well-known phenomenon of so called “consumer society”, characterized by a rapid change of shared tastes. Although philosophy has not paid enough attention to this phenomenon yet, references to fashion or evaluations of its intrinsic dynamics are present in the works of several contemporary philosophers. Concerning this matter, the purpose of the paper is to compare conceptual paradigms emerging from the perspectives of three twentieth-century thinkers: Nicolai Hartmann, Hans-Georg Gadamer and Eugen Fink.

1. Introduzione

Nella loro accezione più generale e diffusa, le espressioni “moda” e “seguire la moda” rimandano al connubio fra l’omologazione del costume e una sua rapida trasformazione, entrambe connesse alla diffusione della cultura del consumo a partire dal XIX secolo¹. Sebbene queste espressioni vengano spesso associate all’abbigliamento, non sono soltanto i capi di vestiario a poter essere “alla moda”, ma qualunque abitudine e usanza collettiva la cui diffusione risulti esternata in una dimensione pubblico-sociale e scandita dal connubio appena citato; seguire una moda può significare vestire in un certo modo, ma può anche voler dire frequentare locali o ambienti ben precisi, mangiare determinati prodotti, passare il tempo libero svolgendo attività specifiche etc.

Seppur non frequenti, negli ultimi due secoli non sono mancate riflessioni a sfondo filosofico dedicate a questo fenomeno, fra cui le tesi elaborate da Georg Simmel nel contesto della sua indagine sulla vita metropolitana² o i

¹ Per una rassegna dei diversi significati del termine “moda”, cfr. R. Meinhold, *Der Mode-Mythos: Lifestyle als Lebenskunst*, Königshausen & Neumann, Würzburg 2005, pp. 20-25.

² Il riferimento è alle diverse fasi di elaborazione del saggio sulla moda scritto da Simmel a cavallo fra Ottocento e Novecento: cfr. G. Simmel, “Zur Psychologie der Mode – Soziologische Studie”, *Die Zeit*, 54, 1895, pp. 22-24; *Philosophie der Mode*, Pan-Verlag, Berlin 1905; *La moda*, tr. it. di A.M. Curcio, Mimesis, Milano 2015. Per un’analisi delle implicazioni del saggio simmeliano rimandiamo al recente volume di G. Matteucci, *L’artificio estetico. Moda e bello naturale in Simmel e Adorno*, Mimesis, Milano 2012.

Gedanken di Friedrich Theodor Vischer rivolti alla moda ottocentesca³. Al di là delle trattazioni sistematiche, riferimenti alla moda o alla sua struttura concettuale sono inoltre disseminati in contributi filosofici più o meno recenti; già Kant, per esempio, nella sua *Antropologia* affermava a tal riguardo che essere uno stolto alla moda è preferibile all'opporsi ad essa⁴. Anche nel panorama filosofico del Novecento, ai pochi classici sull'argomento⁵ si affiancano considerazioni più circoscritte o riferimenti indiretti. Ove si cerchi di ricostruire una "filosofia della moda" contemporanea, ci si trova dunque in presenza di testimonianze di diversa matrice e ampiezza, fra cui poter tendere ponti in nome di un dialogo proficuo volto a riflettere su un processo antropologico-sociale le cui implicazioni filosofiche sono tutt'altro che marginali⁶.

Presupponendo la ricchezza e le potenzialità di tale dialogo, le pagine che seguono si propongono di tratteggiare un percorso comparativo attraverso la considerazione di alcuni autori del Novecento che, in contesti differenti, hanno offerto spunti sul tema della moda: Nicolai Hartmann, Hans-Georg Gadamer e Eugen Fink. Questi nomi sono accomunati da una dichiarata vicinanza alla tradizione fenomenologica⁷ e, al tempo stesso, dal proposito di svilupparne i dettami in una direzione originale; proposito concretizzatosi

³ Cfr. F.T. Vischer, *Vernünftige Gedanken über die jetzige Mode*, in Id., *Kritische Gänge*, N. Vischer (hrsg. v.), Meyer & Jessen, München 1922, Bd. 5, pp. 339-365. Dello stesso autore cfr. anche *Mode und Cynismus. Beiträge zur Kenntniß unserer Culturformen und Sittenbegriffe*, M. Neumann (hrsg. v.), Kulturverlag Kadmos, Berlin 2006.

⁴ Cfr. I. Kant, *Antropologia dal punto di vista pragmatico*, tr. it. di M. Bertani e G. Garelli, Einaudi, Torino 2010, § 71. Per uno sguardo storico segnaliamo la seguente antologia: G. Lehnert, A. Kühl, K. Weise (hrsg. v.), *Modetheorie. Klassische Texte aus vier Jahrhunderten*, Transcript Verlag, Bielefeld 2014.

⁵ «Malgrado il rapporto tra moda e modernità rappresenti, a ben vedere, un denso tema filosofico, è davvero scarso il numero dei filosofi importanti del Novecento che se ne sono occupati con significativa attenzione: oltre a Simmel, occorre ricordare alcuni filosofi dalla spiccata vocazione all'ibridazione, peraltro tra loro assolutamente distanti, come Walter Benjamin, Jean Baudrillard e Pierre Bourdieu» (G. Matteucci, *L'artificio estetico*, cit., p. 11).

⁶ A questo proposito segnaliamo il seguente volume collettaneo, di prossima pubblicazione: G. Matteucci, S. Marino (ed. by), *Philosophical Perspectives on Fashion*, Bloomsbury Academic, London 2016.

⁷ Cfr. H.-G. Gadamer, *Il movimento fenomenologico*, tr. it. di C. Sinigaglia, Laterza, Roma-Bari 1994; E. Fink, *Studi di fenomenologia 1930-1939*, tr. it. di N. Zippel, Lithos, Roma 2010. Per quanto concerne Hartmann, l'autore indica l'indagine fenomenologica come una condizione necessaria, seppur non sufficiente, per lo sviluppo di una filosofia rigorosa: cfr. N. Hartmann, *Introduzione all'ontologia critica* (1933), tr. it. di R. Cantoni Guida, Napoli 1972, pp. 108-109.

rispettivamente nell'ontologia critica hartmanniana, nella prospettiva ermeneutica gadameriana e nell'ontologia del mondo sviluppata da Fink nel secondo dopoguerra. Nonostante le differenze, le tre filosofie condividono un'attenzione scrupolosa al fenomeno e – nella loro rivisitazione della fenomenologia – un interesse particolare rivolto alla complessità della dimensione di senso umana e a quello che hegelianamente possiamo chiamare “spirito oggettivo”. È in questa sfera problematica che si collocano le osservazioni sui presupposti della moda, essendo in gioco in essa una relazione peculiare fra il singolo uomo e il suo contesto storico-culturale, valutabile diversamente a seconda del quadro concettuale di riferimento. Le prospettive dei tre pensatori rappresentano pertanto lenti privilegiate che permettono di guardare a questo fenomeno da punti di vista diversi e confrontabili, offrendo in tal modo parametri di valutazione della società attuale.

Per porre le basi di un confronto proficuo, premettiamo alcune domande di carattere generale, a cui i testi offrono risposte:

1) Fino a che punto l'adesione alla moda, intesa come consenso al mutamento di abitudini e gusti prevalenti, può essere considerata un'autentica esplicitazione, e non una mistificazione, del rapporto fra individualità e “spirito oggettivo”⁸?

2) Traslando lo stesso interrogativo in senso etico-antropologico: è la moda un fenomeno livellante, tirannico e de-responsabilizzante per il singolo, oppure ammette al proprio interno un margine per l'espressione dell'individuo?

3) Che relazione sussiste fra gusto e moda? Seguire le mode equivale a non avere gusto?

⁸ L'espressione hegeliana “spirito oggettivo”, ripresa da Hartmann, può essere utilizzata anche in riferimento agli altri autori, per i quali il confronto con Hegel riveste un ruolo centrale. Cfr. E. Fink, *Existenz und Coexistenz: Grundprobleme der menschlichen Gemeinschaft*, Königshausen & Neumann, Würzburg 1987; Id., *Hegel. Phänomenologische Interpretationen der «Phänomenologie des Geistes»*, Klostermann, Frankfurt 2007; H.-G. Gadamer, “Die philosophischen Grundlagen des zwanzigsten Jahrhunderts”, tr. it. “I fondamenti filosofici del XX secolo”, in *Ermeneutica e metodica universale*, a cura di U. Margiotta, Marietti, Genova 1973, pp. 119-144; *La dialettica di Hegel*, tr. it. di R. Dottori, *La dialettica di Hegel*, Marietti, Genova 1973.

Nei testi di Hartmann, Gadamer e Fink, in modo più o meno esplicito, si incrociano risposte in parte analoghe e in parte differenti a queste domande, a partire da intenti non sovrapponibili. Mentre Hartmann non si rivolge in modo sistematico alla dinamica della moda, limitandosi a offrire gli strumenti per distinguerne varie versioni, Gadamer e Fink ne considerano espressamente gli effetti e il significato, seppur in contesti testuali d'ampiezza diversa; Gadamer si limita infatti a poche pagine nel corso dell'argomentazione dispiegata nella prima parte di *Verità e metodo*⁹, laddove Fink dedica all'argomento una trattazione autonoma e articolata. Nonostante le testimonianze di natura eterogenea, dalle pagine dei tre filosofi si possono trarre modelli teorici che si prestano ad essere accostati e confrontati, offrendo essi spunti interpretativi – in parte assimilabili e in parte divergenti – riferibili a problematiche comuni (sintetizzate nelle tre domande summenzionate). L'intento principale del percorso che proponiamo non è dunque la ricostruzione delle singole posizioni di pensiero, quanto piuttosto la delineazione di possibili vie di riflessione che da tali posizioni prendono avvio, espressamente o in virtù di uno scavo ermeneutico. Queste vie di riflessione, dialogando a distanza su un sostrato fenomenico condiviso, contribuiscono a tessere un apparato filosofico-concettuale con cui guardare al ruolo e alle implicazioni della moda nella società odierna.

2. Hartmann: la moda fra autenticità e inautenticità

L'opera di Hartmann a cui ci riferiamo è *Il problema dell'essere spirituale* (1933)¹⁰, in cui l'autore espone i risultati della sua analisi ontologica rivolta al «livello» spirituale del mondo reale, includente lo spirito personale dell'individuo (la persona), lo «spirito oggettivato» (i prodotti spirituali) e lo «spirito oggettivo» (l'insieme dei contenuti sovraindividuali costitutivi del tessuto storico-sociale, di cui Hartmann sottolinea l'irriducibilità a una semplice somma di individui)¹¹. Ad essere presupposta è la *dottrina*

⁹ H.-G. Gadamer, *Verità e metodo*, tr. it. di G. Vattimo, Bompiani, Milano 1983.

¹⁰ N. Hartmann, *Il problema dell'essere spirituale*, tr. it. di A. Marini, La Nuova Italia, Firenze 1971.

¹¹ Cfr. *ivi*, pp. 245 e sgg.

ontologica dei livelli di realtà esposta in più occasioni dall'autore¹², secondo la quale il mondo è suddiviso in quattro strati ordinati gerarchicamente (inorganico, organico, psichico e spirituale), dove ogni strato necessita di quelli sottostanti aggiungendovi al tempo stesso una componente di novità.

È nella parte dell'opera dedicata allo spirito oggettivo e alla sua struttura che troviamo spunti di riflessione coinvolgenti il fenomeno della moda o applicabili ad esso per analogia. Presupponendo il generico rimando del termine "moda" all'imporsi sociale di un gusto prevalente e delle sue trasformazioni, a partire dalle pagine hartmanniane sono individuabili due modelli: da un lato Hartmann parla di *Mode* riferendosi a un'adesione misurata, graduale e non incondizionata a tale gusto, conformemente agli equilibri intrinseci alla vita spirituale e al suo sviluppo; dall'altro, senza citare lo stesso termine, l'autore si sofferma sulla descrizione e sulla valutazione negativa di dinamiche sociali che diamo normalmente per scontate quando affermiamo, per esempio, che qualcuno è attento a seguire la moda o è "modaiolo", riferendoci a una moda che è oggetto di culto in quanto tale. Come vedremo, questa dinamica è ricondotta a una sorta di decadenza e corruzione dello spirito.

Per quanto concerne il primo significato, esso emerge scavando nelle implicazioni dell'utilizzo hartmanniano della parola *Mode*, la quale è riferita a un campo *costitutivo ed essenziale* del mondo umano e della sua struttura ontologica, citato accanto ad altri campi quali il costume, il gusto artistico, lo stile di vita o la lingua¹³. Ciò fa sì che la moda, al pari delle altre dimensioni spirituali, possa essere letta alla luce di un rapporto circolare e reciproco fra la partecipazione del singolo e il condizionamento dello spirito oggettivo, conformemente all'equilibrio strutturale che Hartmann individua alla base della vita dello spirito nella sua unità e complessità:

¹² Cfr. N. Hartmann, *Der Aufbau der realen Welt. Grundriss der allgemeinen Kategorienlehre*, W. de Gruyter, Berlin 1940; *Nuove vie dell'ontologia*, tr. it. di G. Penati, Editrice La Scuola, Brescia 1975.

¹³ Cfr. N. Hartmann, *Il problema dell'essere spirituale*, cit., pp. 353, 415. Sebbene Hartmann sembri qui utilizzare la parola "moda" riferendosi allo specifico ambito del vestiario, quel che ci preme mettere in luce, coerentemente con l'obiettivo del saggio, è la dinamica generale che è presupposta implicitamente a monte del fenomeno, eventualmente estendibile a mode di altro genere.

Il tutto è sempre [...] condizionante e condizionato a un tempo, non è mai se non nei, e coi, suoi momenti costitutivi. Così, c'è uno spirito comune sempre e solo «con» la persona, un destino storico solo «col» destino personale, una forza storicamente propulsiva solo «con» l'iniziativa individuale.¹⁴

Anche alla moda, più volte citata quale fenomeno originario dello spirito, è applicabile questa regola universale del livello spirituale del mondo, la quale prevede una «reciproca interferenza»¹⁵ e un «mutuo condizionamento»¹⁶ fra sfera personale e sfera condivisa: sebbene «la tendenza spirituale complessiva» sia «sempre incalcolabilmente superiore, per potenza, a ogni privata istanza»¹⁷, è proprio questa tendenza complessiva a nutrire «nel proprio seno la dinamica delle tendenze private»¹⁸. Così come «c'è uno spirito comune sempre e solo con la persona», «un destino storico solo col destino personale» e «una forza storicamente propulsiva solo con l'iniziativa individuale», allo stesso modo e conseguentemente possiamo affermare che non c'è condizionamento da parte del gusto prevalente (coincidente con la moda) senza l'intervento e la mediazione del gusto individuale. Del resto l'autore è esplicito nell'affermare che «lo stile di vita, e il gusto sul quale esso si fonda, si prestano ai più sottili interventi da parte del singolo», sebbene questi non possa «mai prevedere se l'“impulso” da lui dato avrà un effetto stimolante o di ripulsa»¹⁹. Proprio la circolarità della relazione fra individuale e non-individuale toglie trasparenza a tale rapporto e non consente al singolo di decidere preventivamente se e fino a che punto poter incidere in modo determinante sul gusto e lo stile di vita altrui; anche questo aspetto è parte dell'equilibrio della vita dello spirito.

Come anticipato, quanto appena descritto rispecchia solo un lato della questione. Se leggiamo infatti il capitolo 39 dell'opera hartmanniana, dedicato al tema dell'inautenticità, si vede bene come il quadro appena schizzato sia una sorta di combinazione ideale, messa concretamente e costantemente in pericolo da una certa «mistificazione»²⁰, i cui «migliori

¹⁴ Ivi, p. 396.

¹⁵ *Ibidem*.

¹⁶ Ivi, p. 100.

¹⁷ Ivi, p. 396.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ Ivi, p. 353.

²⁰ Ivi, p. 469.

esempi» – specifica Hartmann – «si trovano nel campo dell’arte, del gusto e dello stile di vita»²¹. È in questi ambiti che compare con più evidenza quella che per l’autore rappresenta una minaccia *intrinseca* allo spirito oggettivo, che tende a concretizzarsi quando il condizionamento dell’individuo da parte di tendenze comuni manca di una rivisitazione «comprendente e ricreante»²², limitandosi a coincidere con una ripresa «passiva e imitativa»²³, frutto della semplice tendenza «a gettarsi sul nuovo come tale quasi fosse, perché nuovo, anche importante»²⁴, e ciò «senza meraviglia e senza interna passione, senza neppure la coscienza di non capire»²⁵. Non è un caso che Hartmann citi a questo proposito l’atteggiamento inautentico già descritto da Heidegger attraverso la forma impersonale del «si» (*man*), atteggiamento in cui «noi giudichiamo come “si” giudica, sentiamo come “si” sente, viviamo come “si” vive»²⁶, nel contesto di una diffusa «irresponsabilità generale»²⁷:

Il «si», privo com’è di soggetto, toglie peso ad ogni comportamento e priva della sua indipendenza l’agire del singolo: non si conosce e non ci si cura di conoscere l’origine dell’iniziativa – non è stato nessuno, nessuno è responsabile, e nessuno discute effettivamente il valore o il disvalore di ciò che tutti lasciano fare.²⁸

«Nel campo dell’arte, del gusto e dello stile di vita» si anniderebbe il rischio di scivolare in questa deriva di irresponsabilità e passività, in cui l’aderenza al cambiamento, insita in ogni campo spirituale, non viene dettata da un autentico coinvolgimento dei singoli nelle trasformazioni dello spirito oggettivo, ma – abbiamo letto – da un acritico assecondare il nuovo in quanto tale, “quasi fosse, perché nuovo, anche importante”. Dalle pagine hartmanniane emerge come questi territori del vivere umano prestino il fianco al passaggio dalla loro forma più autentica, basata su uno scambio equilibrato fra il sentire degli individui e la maturazione del sentire dominante, a una dinamica distorta e inautentica. Dove questa si impone, non solo viene meno la libera espressione individuale, ma anche la stessa

²¹ *Ibidem.*

²² *Ivi*, p. 484.

²³ *Ibidem.*

²⁴ *Ibidem.*

²⁵ *Ivi*, pp. 484-485.

²⁶ *Ivi*, p. 483.

²⁷ *Ivi*, p. 484.

²⁸ *Ibidem.*

«profondità originale dello spirito oggettivo»²⁹, il cui sviluppo organico e coerente si trova sostituito da “innesti” mutuati dall’esterno in modo superficiale e senza alcuna gradualità³⁰; in luogo di un sentire radicato vanno allora diffondendosi abitudini momentanee e gusti effimeri, che hanno perso ogni contatto diretto sia col gusto del singolo sia con le radici della vera condivisione, limitandosi a muoversi vorticosamente su ciò che resta di queste dimensioni spirituali.

Sebbene Hartmann non associ il termine “moda” al contegno inautentico, è evidente come le sue descrizioni riflettano le caratteristiche di un certo atteggiamento verso le mode diffuse nella società contemporanea (fra le fasce giovanili e non solo), da cui sono appunto interessati lo stile di vita, il costume e il gusto. Il culto della novità citato dall’autore quale spia dell’inautenticità richiama infatti alla mente il fenomeno a tutti noto come “seguire la moda”, il cui ritmo può arrivare a condizionare compulsivamente le abitudini e gli stili di vita, non mancando in più occasioni di contribuire all’“importazione” repentina di tendenze culturali estranee (tutte dinamiche indicate da Hartmann come inautentiche). Ove ci si chieda pertanto qual è la posizione esprimibile su questo fenomeno (quantomeno nelle sue manifestazioni più radicali) a partire dall’ontologia hartmanniana, non si può che ipotizzare una valutazione negativa, nella misura in cui le sue caratteristiche paiono annoverabili fra i sintomi di uno spirito oggettivo che ha ceduto alla “mistificazione”, distorcendo così le sue stesse fondamenta. Se la presenza e l’evoluzione di una moda appartengono alla normale vita dello spirito e ne costituiscono una componente costitutiva (conformemente alla prima accezione che abbiamo indicato), lo stesso non può dirsi per un’accelerazione di questa evoluzione che porti il nuovo a meritare attenzione come tale e a mettere schizofrenicamente in gioco elementi tanto eterogenei quanto privi di radici nel contesto storico-culturale interessato. Dal punto di vista hartmanniano, la moda è dunque positivamente valutata laddove il termine venga genericamente associato – come fa lo stesso Hartmann – alla nozione di gusto condiviso, i cui presupposti poggerebbero su uno scambio equilibrato

²⁹ Ivi, p. 481.

³⁰ Cfr. ivi, pp. 475-476.

fra contributo individuale e contenuti sovraindividuali; di essa è invece denunciata una seconda versione, derivante da una rincorsa sfrenata della condivisione e da cui tale equilibrio risulterebbe incrinato. Quest'ulteriore versione ci pare rappresentare una possibilità, spesso realizzata, insita nel rapporto con la moda nella società attuale.

3. Gadamer: moda *versus* buon gusto

Una diagnosi negativa è sintetizzata anche da Gadamer in alcune pagine di *Verità e metodo*, dove l'autore apre una parentesi dedicata al confronto fra gusto e moda, associando questo termine al concetto di imitazione:

Il concetto di moda implica, fin nel termine, che nel suo caso si tratta di un mutevole «come» (*modus*) inquadrato entro un insieme permanente del comportamento sociale. Ciò che è pura moda non ha altra norma che quella posta dal comportamento di tutti. La moda regola a suo piacimento solo quelle cose che possono essere così o in altro modo. Per essa, di fatto, la generalità empirica, l'attenzione agli altri, il confronto, il collocarsi in un punto di vista generale sono elementi costitutivi. Così la moda crea una dipendenza sociale a cui difficilmente ci si può sottrarre.³¹

Al pari di Hartmann e più esplicitamente, Gadamer condanna una versione «pura» della moda (la cui diffusione è frutto di mera imitazione), interpretandola come una «dipendenza sociale»³² e una «tirannide»³³. Inoltre, anche Gadamer contrappone a questa forma del fenomeno una possibile mediazione, dove «il gusto opera bensì nell'ambito della comunità, ma non le è sottomesso»³⁴, e dove esso «sa adattarsi alla direzione [...] rappresentata dalla moda, ma anche, viceversa, sa adattare a se stesso le esigenze della moda»³⁵. Anche nella prospettiva gadameriana, detto altrimenti, alla superficialità di una moda seguita in modo pedissequo e passivo viene contrapposta una soluzione di compenetrazione fra condizionamento sociale e gusto del singolo, che molto ricorda il primo significato emerso dalle pagine hartmanniane:

³¹ H.-G. Gadamer, *Verità e metodo*, cit., p. 61.

³² *Ibidem*.

³³ *Ivi*, p. 62.

³⁴ *Ibidem*.

³⁵ *Ibidem*.

Il concetto di gusto implica quindi che anche nell'aderire alla moda si deve saper mantenere la misura, senza seguirne ciecamente i mutevoli dettami, ma facendo intervenire attivamente il proprio giudizio. In tal modo ci si mantiene fedeli al proprio «stile», cioè si inseriscono le esigenze della moda entro un insieme che il gusto ha continuamente presente accettando solo ciò che a tale insieme si adatta e nella misura in cui gli si adatta.³⁶

Mentre la critica accomuna i due autori, diversi sono invece i criteri che la guidano. Per Gadamer, che è interessato a sottolineare il “modo specifico di conoscenza” del gusto³⁷ e che per questo si concentra sulla contrapposizione gusto-moda, il primo non è contrapposto alla seconda per il fatto di risultare da uno sviluppo organico della vita spirituale, non è valutato a partire da un paradigma ontologico relativo alla compenetrazione fra individuo e spirito oggettivo. Il gusto, kantianamente, è piuttosto considerato per il suo «pretendere sempre di essere *buon gusto*»³⁸, il quale, prima di riferirsi a una “generalità empirica” e a comunità reali, si sa sicuro del consenso di una «comunità *ideale*», la cui idealità «non dice che tutti concorderanno con il nostro giudizio, ma che tutti *devono* concordare»³⁹. Chi pronuncia giudizi di gusto non lo fa da un punto di vista contingente, ma «implica una pretesa a valere»:

Il buon gusto è sempre sicuro dei propri giudizi, cioè è essenzialmente gusto sicuro: un accettare e respingere che non conosce tentennamenti, non guarda dubbiosamente agli altri né si preoccupa di cercare giustificazioni dimostrative. Il gusto è quindi piuttosto qualcosa come un senso.⁴⁰

Nella diagnosi gadameriana la moda è fatta oggetto di critica poiché seguirla pedissequamente equivale a non avere *buon gusto*, e ciò non in virtù di un giudizio di valore espresso dal filosofo sui prodotti in circolazione, ma, prima

³⁶ *Ibidem*.

³⁷ *Ibidem*. Le pagine su cui ci concentriamo si inseriscono nella parte iniziale della prima sezione di *Verità e metodo*, in cui la prospettiva ermeneutica gadameriana è introdotta attraverso la riflessione sull'esperienza estetica. Con l'intento di (ri)definire il valore e l'essenza delle scienze dello spirito, e di circoscrivere la peculiarità di una dimensione veritativa differente rispetto a quella veicolata dal metodo scientifico, Gadamer si sofferma sul concetto di gusto al fine di estenderne l'incidenza al di là dell'ambito estetico (in ciò distanziandosi da Kant) e di sottolinearne le implicazioni tanto conoscitive quanto etiche. È in questo contesto che si colloca il confronto con la moda, a cui le stesse implicazioni sono invece negate. Cfr. *ivi*, pp. 59-67.

³⁸ *Ivi*, p. 61, corsivo mio.

³⁹ *Ivi*, p. 62, corsivo mio.

⁴⁰ *Ivi*, p. 61.

di ogni valutazione empirica, in considerazione dei presupposti trascendentali del “senso” del gusto propriamente detto, assenti ove esso venga sostituito dal semplice culto del nuovo o dall’emulazione delle attitudini altrui. Vale a dire che ad essere denunciato nella prassi imitativa del “seguire la moda” è il venir meno della portata prescrittiva del «discernimento»⁴¹, il cui criterio di giudizio, ideale e selezionante, si troverebbe sostituito da un’assenza di criterio effettivo e dalla semplice attenzione al “comportamento di tutti” *hic et nunc*. Posto che – così in *Verità e metodo* – «il gusto si definisce precisamente per il fatto che è offeso da ciò che gli è contrario e lo evita»⁴², e che l’opposto del buon gusto non è il gusto “cattivo” ma l’indifferenza⁴³, si comprende bene che la moda, intesa come consenso privo di filtri verso quanto si inquadra nel comportamento sociale, incarna per Gadamer una negazione esemplare del gusto, non importa che i suoi oggetti siano o non siano di “cattivo gusto”. L’atteggiamento che la caratterizza, ossia il fatto stesso di essere *seguita*, non può che contraddire l’attitudine selettiva che, al contrario, contraddistingue il buon gusto per definizione.

Anche guardando alla lettura gadameriana, non è dunque scorretto né distinguere fra una versione equilibrata della moda (mediata dal gusto del singolo) e una sua versione degenerata (la “pura moda” guidata da mera imitazione), né associare alla seconda il termine “inautenticità”, essendo ad essa attribuito un segno meno connesso al livellamento e alla falsificazione di potenzialità esperienziali dell’uomo: potenzialità che per Hartmann interessano la relazione autentica fra l’individuo e il suo contesto storico-sociale, per Gadamer il riferimento a quella “comunità ideale” la cui considerazione e il cui consenso si rivelano decisivi per la maturazione del buon gusto e delle sue pretese di validità.

4. Fink: la moda come gioco

In una direzione differente si muove la prospettiva finkiana, in cui viene a cadere il segno meno associato ai “rischi” della moda e a una sua possibile

⁴¹ Ivi, p. 62.

⁴² Ivi, p. 61.

⁴³ Cfr. *ibidem*.

“degenerazione”. In Fink troviamo infatti una valutazione incondizionatamente positiva del fenomeno, a cui l’autore dedica interessanti riflessioni alla fine degli anni Sessanta, confluite in un piccolo volume dal titolo *Mode. Ein verführerisches Spiel*⁴⁴. Sebbene una particolare attenzione venga qui rivolta alla moda nell’ambito dell’abbigliamento, non mancano analisi e valutazioni relative alla sua dinamica *generale*.

Anche Fink parte dalla distinzione fra due accezioni del termine “*Mode*”: la prima riferita al gusto di un’epoca e alla sua lenta evoluzione, la seconda al rapido cambiamento dei gusti in un breve periodo di tempo⁴⁵. Tuttavia, in luogo di criticare il secondo significato e gli effetti esiziali che il fenomeno corrispondente può avere sull’uomo (inautenticità, mancanza di buon gusto e così via), il filosofo intende mostrare come esso sia perfettamente conforme alla struttura dell’esistenza umana, criticando al contrario i molteplici pregiudizi diffusi contro la moda a causa della sua instabilità e della sua presunta superficialità. Dietro questi pregiudizi – così Fink – si nasconderebbe l’antica convinzione in base a cui ciò che è essenziale e ontologicamente rilevante deve necessariamente durare e permanere nel tempo⁴⁶, come se le montagne – prosegue – fossero più “essenti” (*seiender*) dell’uomo, come se i fondamenti naturali dell’uomo fossero più essenti dei cambiamenti storici e come se le tradizioni fossero più essenti di un fatto istantaneo, di un evento artistico o, appunto, dell’avvicinarsi delle manifestazioni della moda⁴⁷. La svalutazione di quest’ultima seguirebbe dunque a una cecità pregiudizievole, la quale non permetterebbe di coglierne la natura e l’effettivo valore:

Essa [la moda] festeggia il momentaneo e la vittoria dell’attimo, intensifica l’adesso, nella misura in cui questo erompe portando con sé lo stimolo infinito della novità. Essa si presenta con potere irresistibile e subito rinuncia con leggerezza a quanto conseguito, al fine di avanzare inarrestabilmente verso nuovi trionfi. Dai moralisti seri e rigorosi la moda è giudicata a causa della sua irrequietezza e della sua fretta vorticosa, che «coglie l’attimo» e si gode instancabilmente il presente. In tal modo essa è misconosciuta nella sua essenza. Poiché qui l’«essenza» non è qualcosa che permane e persiste, ma è piuttosto il continuo mutamento e cambiamento, la danza attraverso il tempo, è il rotolarsi,

⁴⁴ E. Fink, *Mode. Ein verführerisches Spiel*, Birkhäuser Verlag, Basel-Stuttgart 1969.

⁴⁵ Ivi, p. 31.

⁴⁶ Cfr. ivi, pp. 32-33.

⁴⁷ Cfr. *ibidem*.

il rompersi, l'incalzare e il capovolgersi della cresta delle pesanti e oscure onde del nostro flusso vitale.⁴⁸

Coerentemente con gli assunti della sua antropologia filosofica, esposta in numerosi contributi precedenti al saggio sulla moda⁴⁹, Fink rileva esserci una stretta relazione fra questa e l'essenza umana, nella misura in cui l'uomo non è concepito solo come un essere morale, razionale o progettuale, ma anche come un essere *che gioca*, uno *Spieler*. Intendendo il gioco come un atteggiamento creativo che spazia dalle attività ludiche del bambino «sino alla tragedia»⁵⁰, l'autore lo annovera a pieno titolo fra i fenomeni fondamentali (*Grundphänomene*) dell'esistenza, ossia fra i canali esperienziali a cui si deve la qualificazione del rapporto umano col mondo⁵¹. A determinare la peculiarità di questo fenomeno è il suo esibire (*darstellen*)⁵² una dimensione immaginaria che va schiudendosi nel bel mezzo della realtà e in cui il giocatore può permettersi di abbandonare provvisoriamente il ruolo serio e definito che accompagna il suo vivere quotidiano, entrando in un ruolo alternativo all'interno di una sfera di "apparenza" (*Schein*) la cui "irrealtà" è altrettanto originaria per la definizione dell'umano⁵³.

⁴⁸ Ivi, p. 77.

⁴⁹ Cfr. per esempio E. Fink, *Fenomeni fondamentali dell'esistenza umana*, tr. it. di A. Lossi, ETS, Pisa 2006; *Natur, Freiheit, Welt: Philosophie der Erziehung*, Königshausen & Neumann, Würzburg 1992. Sull'antropologia finkiana cfr. il recente volume di V. Cesarone, *Nel labirinto del mondo. L'antropologia cosmologica di Eugen Fink*, ETS, Pisa 2014.

⁵⁰ E. Fink, *Mode*, cit., p. 85. Nelle sue analisi dedicate al gioco Fink sottolinea in più occasioni l'origine culturale delle diverse manifestazioni ludiche: cfr. E. Fink, *Spiel als Weltsymbol*, tr. it. di N. Antuono, *Il gioco come simbolo del mondo*, Hopefulmonster, Firenze 1991; "Spiel und Feier" e "Spiel und Kult", tr. it. di G.J. Giubilato in E. Fink, *Per gioco. Saggi di antropologia filosofica*, a cura di V. Cesarone, Morcelliana, Brescia, 2016, pp. 45-62, 107-110.

⁵¹ Così Fink si esprime in *Oase des Glücks*, un sintetico ma pregnante saggio pubblicato nel 1957 sul tema del gioco: «Il gioco non è una apparizione marginale nel corso della vita dell'uomo, non è un fenomeno che appare occasionalmente, non è contingente. Il gioco appartiene essenzialmente alla costituzione d'essere dell'esistenza umana, è un fenomeno esistenziale fondamentale. Certo non è l'unico, ma sicuramente è un fenomeno proprio e autonomo, che non può essere derivato da altre manifestazioni della vita. Il semplice contrasto rispetto ad altri fenomeni non ci offre una visione concettuale sufficiente del fenomeno». (E. Fink, *Oasi del gioco*, tr. it. di A. Calligaris, Raffaello Cortina, Milano 2008, pp. 12-13). Seppur senza pretese di esaustività, accanto al gioco Fink enumera altri quattro fenomeni fondamentali: «L'uomo è essenzialmente un mortale, un lavoratore, un lottatore, un amante – e un giocatore» (ivi, p. 13). Per un'analisi di questi fenomeni cfr. E. Fink, *Fenomeni fondamentali dell'esistenza umana*, cit.

⁵² Cfr. E. Fink, *Mode*, cit., p. 85.

⁵³ Molte delle caratteristiche del gioco evidenziate da Fink compaiono anche nel contributo sull'argomento pubblicato da Johan Huizinga nel 1939, divenuto ormai un classico: J. Huizinga, *Homo ludens* (1938), tr. it. di A. Vita, Einaudi, Torino 2002. Il confronto sistematico

Posto il valore antropologico del gioco, Fink può celebrare la moda ravvisandone l'origine in questo specifico *Grundphänomen* dell'esistere. Vale a dire che quando l'uomo segue la moda, anche quando ne asseconda acriticamente i cambiamenti limitandosi a far proprie le attitudini del gruppo e le proposte dell'industria, non è condannabile come un uomo che in quel momento non sta scegliendo o che è privo di gusto, ma deve essere piuttosto compreso come un uomo che *sta giocando* e che sta pertanto assecondando un canale esperienziale privilegiato, che la società contemporanea gli consente di coltivare grazie alla diffusione del tempo libero e della socievolezza (*Geselligkeit*). Quest'ultima, leggiamo nel testo, vive infatti «nell'elemento del gioco»⁵⁴ e non può essere correttamente interpretata senza la mediazione concettuale di una sua «esegesi»⁵⁵.

Confrontando l'interpretazione finkiana con i due modelli precedenti, è interessante notare come Fink accosti questa concezione ludica della moda al termine *libertà*, affermando espressamente che «la moda appartiene alla libertà e al gioco»⁵⁶, dovendo essa «contare sul libero impulso giocoso dell'uomo»⁵⁷. Mentre dalle pagine di Hartmann e Gadamer è emerso un rapporto inversamente proporzionale fra una sua versione “pura” e la libera espressione del singolo, dalle pagine del saggio finkiano emerge una visione opposta, che cala *qualunque* versione della moda, anche la più “frivola”, in una sfera esistenziale in cui il singolo interviene attivamente e liberamente. Seppur affermando che alla base della diffusione delle mode vi è «un originario istinto imitativo da cui anche il branco umano è biologicamente governato»⁵⁸, Fink, in virtù dell'aspetto ludico riconosciuto a tale diffusione, può parlare altresì di una sublimazione di questo istinto attraverso la libertà⁵⁹, il che permette di riconoscere al fenomeno lo stesso equilibrio intrinseco che in Hartmann e Gadamer funge invece da paradigma critico:

fra Huizinga e Fink rappresenta un possibile percorso di ricerca che attende di essere approfondito, promettente e ricco di spunti per la filosofia del gioco.

⁵⁴ E. Fink, *Mode*, cit., p. 81. Sul rapporto fra tempo libero, socievolezza e gioco, cfr. *ivi*, pp. 79 e sgg.

⁵⁵ *Ivi*, p. 86.

⁵⁶ *Ivi*, p. 113.

⁵⁷ *Ivi*, p. 96.

⁵⁸ *Ivi*, p. 46.

⁵⁹ Cfr. *ibidem*.

«essa [la moda] è un fenomeno in cui la dimensione pubblica e l'individualità oscillano di continuo»⁶⁰. Ciò fa sì che anche l'industria della moda non possa essere demonizzata, chiedendo piuttosto di essere compresa alla luce dell'essenziale dinamica antropologica di cui anch'essa è parte:

La relazione fra la categoria degli acquirenti e quella dei produttori, nel campo della moda, non è assolutamente una manipolazione, [...], non è una dittatura dove gli uni possono scegliere solo ciò che gli altri prescrivono. Il fenomeno è stratificato e complesso.⁶¹

Fink insiste sulla coesistenza di due lati della medaglia: da una parte è vero che, anche quando l'uomo pensa di scegliere liberamente, in modo inconsapevole sta già subendo il fascino di un «cavallo di Troia»⁶² utilizzato dall'industria della moda per lanciare una nuova tendenza; dall'altra è altrettanto vero che una moda si può imporre a livello collettivo soltanto quando i singoli l'accettano, cioè quando essa è riuscita ad intercettare il «libero istinto giocoso degli uomini»⁶³, coinvolgendolo nel proprio gioco. Alla base di questa possibilità d'intercettazione si troverebbero del resto potenzialità ludiche comuni e riconducibili allo «spirito inconscio e subconscio»⁶⁴ della collettività, da cui dipenderebbero tanto il produttore quanto l'acquirente, entrambi dipendenti dallo stesso «gioco della fantasia»⁶⁵.

Attraverso la nozione di *Spiel*, Fink difende così l'autenticità della moda anche quando questa sembra una mera tirannide o una manipolazione. Il fatto stesso di «mettersi in gioco» assecondando le sue peregrinazioni implica che l'uomo, nonostante possa sembrare vittima di una “dipendenza sociale” (con parole gadameriane), intervenga comunque nel ruolo di giocatore e – perciò – di uomo libero, libero dall'identità e dai ruoli costruiti nel corso della sua esistenza⁶⁶.

⁶⁰ *Ibidem*.

⁶¹ *Ibidem*.

⁶² *Ivi*, p. 104.

⁶³ *Ivi*, p. 96.

⁶⁴ *Ivi*, p. 46.

⁶⁵ *Ivi*, p. 47.

⁶⁶ Fink ravvisa nella moda quella dialettica fra conformismo e originalità, uniformità e differenziazione, che già Simmel aveva indicato al centro del fenomeno, utilizzando a sua volta il termine “gioco”. Cfr. G. Simmel, *La moda*, cit., pp. 33, 39.

Non solo il punto di vista finkiano non denuncia possibili contrapposizioni fra la moda e la libera espressione individuale, ma nega inoltre che vi sia un'opposizione fra moda e gusto. Il primo termine, al contrario, è espressamente associato allo sviluppo e alla diffusione di una «cultura del gusto»⁶⁷:

Al gioco alterno (*Wechselspiel*) della moda oggi partecipano attivamente più uomini di quanto mai in passato. Ciò non deve necessariamente significare un livellamento, ma può anche dare inizio a un'elevazione delle masse a un *gusto coltivato*.⁶⁸

In luogo di interpretare la moda come un fenomeno estraneo all'autentico gusto condiviso oppure ostile al buon gusto, Fink vi intravede una strada in grado di facilitare l'ingresso di ogni uomo a queste dimensioni. Partendo dall'assunto che il "gusto coltivato" sia ancora qualcosa di elitario e poco diffuso, l'autore scorge nella moda, e nella sua capacità di interpellare giocosamente l'uomo, un'utile scorciatoia per far sì che ognuno possa coltivare ed educare un giudizio estetico, non importa se in modo passeggero e seguendo i ritmi incalzanti dettati dall'industria e dalla collettività. Tali ritmi, evidentemente, non sono intesi come una minaccia per il gusto, quanto piuttosto come un suo strumento.

In base a queste premesse, è facilmente comprensibile il motivo che porta Fink a definire la moda come un fenomeno-chiave e dal valore filosofico⁶⁹, senza mettere in guardia contro sue possibili mistificazioni ed estremizzazioni. Di fronte alla domanda che dà il titolo all'ultimo capitolo del saggio in esame, «l'esistenza della moda è legittimata?»⁷⁰, la risposta del filosofo è incondizionatamente sì.

⁶⁷ E. Fink, *Mode*, cit., p. 89.

⁶⁸ Ivi, pp. 87-88, corsivo mio.

⁶⁹ Ivi, p. 112.

⁷⁰ Ivi, p. 108.