RI-VESTITI: la moda come bisogno di accettazione



1. Non ci vestiamo soltanto per coprirci

Se ci fermiamo a riflettere, l'abito è uno degli oggetti più particolari che possediamo: lo indossiamo sul corpo, ci accompagna durante la giornata e viene visto dagli altri prima ancora che noi abbiamo pronunciato una parola, prima che qualcuno conosca la nostra storia, le nostre idee, i nostri valori o le nostre fragilità, può già essersi fatto un'idea di noi attraverso ciò che indossiamo.

L'abbigliamento, infatti, non svolge soltanto una funzione pratica è anche un linguaggio: comunica qualcosa di noi, o almeno qualcosa che gli altri interpretano come un segnale della nostra identità.

Attraverso un vestito possiamo esprimere eleganza, sobrietà, ribellione, appartenenza a un gruppo, desiderio di distinzione oppure volontà di passare inosservati.

Ma qui nasce una prima domanda importante: ci vestiamo per raccontare chi siamo oppure, qualche volta, per suggerire agli altri chi vorremmo che fossimo?

Le due cose non sono necessariamente in contraddizione. Possiamo scegliere un abito perché ci piace davvero e, contemporaneamente, perché sappiamo che ci farà apparire più interessanti, più autorevoli o più desiderabili.

Il problema non è il desiderio di piacere, è umano voler essere apprezzati, il punto è comprendere quanto questo desiderio influenzi le nostre scelte e quanto spazio lasci alla nostra libertà.

2. Il bisogno di essere accettati: una necessità profondamente umana

Per comprendere il rapporto tra moda e psicologia dobbiamo partire da un bisogno fondamentale: quello di appartenere.

L'essere umano è un essere sociale. Fin dall'infanzia ha bisogno di sentirsi accolto, protetto e riconosciuto. La relazione con gli altri non è un semplice accessorio della nostra vita: contribuisce alla costruzione della nostra identità e al nostro benessere emotivo, abbiamo bisogno di sentire che esiste un posto per noi, che non siamo completamente estranei al mondo che ci circonda, che qualcuno ci riconosce come parte di una comunità, è un bisogno che ci accompagna per tutta la vita, anche se assume forme diverse.

Da bambini desideriamo essere accolti dalla famiglia e dai compagni, durante l'adolescenza il gruppo dei pari diventa particolarmente importante: essere esclusi può essere vissuto come un'esperienza dolorosa, mentre essere accettati può dare sicurezza e confermare il senso della propria identità, da adulti, il bisogno di appartenenza continua a manifestarsi nei contesti lavorativi, nelle amicizie, nelle relazioni affettive e negli ambienti sociali che frequentiamo.

Ed è proprio qui che entra in gioco l'abbigliamento.

Se il nostro modo di vestire è uno dei segnali attraverso cui comunichiamo la nostra appartenenza, allora l'abito può diventare uno strumento per avvicinarci agli altri, per sentirci parte di un gruppo e per ridurre la paura di essere giudicati.

Pensiamo a un ragazzo che desidera essere accettato dai compagni e comincia a indossare le stesse scarpe, gli stessi pantaloni e le stesse felpe che vede addosso a tutti gli altri, oppure a una persona che, entrando in un nuovo ambiente professionale, modifica il proprio abbigliamento per adeguarsi a quello dei colleghi.

In entrambi i casi il vestito non risponde soltanto a una preferenza estetica, può diventare una sorta di passaporto sociale, ci permette di comunicare: sono come voi, conosco i vostri codici, posso far parte del vostro mondo.

Naturalmente, adeguarsi non è sempre negativo, condividere alcuni codici di abbigliamento può facilitare la convivenza e aiutare a orientarsi nei diversi contesti, la difficoltà nasce quando sentiamo di dover rinunciare a una parte di noi per ottenere l'approvazione degli altri, quando il desiderio di appartenere diventa più forte del desiderio di essere noi stessi, il vestito può trasformarsi da espressione della nostra identità a maschera da indossare.

3. L'abito come risposta alla paura del giudizio



Quante volte, prima di uscire, ci siamo cambiati più volte?

Indossiamo una maglia, ci guardiamo allo specchio, la togliamo, ne proviamo un'altra: ci chiediamo se sia

adatta all'occasione, se ci faccia apparire abbastanza eleganti, se gli altri la troveranno bella.

A volte la scelta è semplicemente un gioco, un piacere, una ricerca estetica, altre volte, però, dietro quell'indecisione si nasconde una preoccupazione diversa: non tanto «Mi piace come sto?», quanto «Che cosa penseranno di me?». Sono due domande molto diverse.

La prima ci invita ad ascoltare le nostre sensazioni, i nostri gusti e il nostro modo di abitare il corpo, la seconda sposta il centro della valutazione all'esterno: immaginiamo lo sguardo degli altri, anticipiamo i loro giudizi e cerchiamo di controllare l'impressione che susciteremo.

In psicologia si parla anche di gestione dell'impressione: il modo in cui cerchiamo di influenzare la percezione che gli altri hanno di noi.

Non è qualcosa di patologico, tutti, in qualche misura, regoliamo il nostro comportamento in base al contesto. Ci vestiamo diversamente per un colloquio di lavoro, una cerimonia, una passeggiata o una serata tra amici, ma quando la preoccupazione per il giudizio diventa dominante, il nostro rapporto con l'abbigliamento può cambiare.

Possiamo arrivare a evitare un vestito che ci piace perché temiamo di apparire ridicoli, rinunciare a uno stile che ci rappresenta perché non è abbastanza alla moda oppure acquistare qualcosa che non desideriamo davvero pur di non sentirci fuori posto, in questi casi, l'abito diventa una forma di protezione.

Cerchiamo di evitare il giudizio, il rifiuto, l'imbarazzo, proviamo a costruire un'immagine che ci renda socialmente accettabili.

E allora vale la pena domandarci:

- Quante volte scegliamo un vestito perché ci fa stare bene?
- Quante volte lo scegliamo perché ci fa sentire al sicuro?
- Quante volte rinunciamo a qualcosa che ci piace per paura di quello che potrebbero pensare gli altri?

Non dobbiamo necessariamente eliminare il bisogno di approvazione, possiamo, però, imparare a riconoscerlo, così da non lasciargli l'ultima parola.

4. La moda e il bisogno di sentirsi parte di un gruppo



La moda ha una capacità particolare: può rendere visibile un'appartenenza.

Un paio di scarpe, una marca, un taglio di capelli o un determinato modo di abbinare gli abiti possono diventare segni di riconoscimento. Ci aiutano a identificare persone che condividono gusti, interessi, valori o stili di vita.

Pensiamo alle sottoculture giovanili, ai movimenti musicali, alle comunità sportive o ai gruppi che si riconoscono attraverso un'estetica comune, in questi contesti, vestirsi in un certo modo può avere un

significato autentico e persino liberatorio, permette di trovare persone simili a noi, di esprimere una visione del mondo e di sentirci meno soli.

La stessa dinamica, tuttavia, può avere un'altra faccia.

Quando l'appartenenza dipende dall'adesione a determinati codici, ciò che inizialmente unisce può anche escludere, se non possiedo le scarpe giuste, se non posso permettermi quella marca, se il mio abbigliamento non corrisponde alle aspettative del gruppo, rischio di sentirmi inferiore o di essere trattato come qualcuno che non appartiene davvero a quel mondo.

Il valore simbolico degli oggetti può così superare il loro valore materiale.

Una felpa non è più soltanto una felpa: può diventare il segno di uno status, una prova di appartenenza, un mezzo per ottenere riconoscimento ed è qui che il sistema della moda può intercettare un bisogno psicologico molto profondo: il desiderio di non essere esclusi.

Non acquistiamo necessariamente perché abbiamo bisogno di un nuovo capo, talvolta acquistiamo perché temiamo ciò che quel capo potrebbe farci perdere se non lo possedessimo: approvazione, visibilità, prestigio o senso di appartenenza. È una distinzione importante, perché ci aiuta a comprendere che il consumo non è sempre determinato da un bisogno materiale, può essere alimentato anche da un bisogno relazionale.

5. L'identità: chi sono e chi voglio sembrare?

C'è un altro aspetto che merita attenzione: il rapporto tra abbigliamento e costruzione dell'identità.

L'identità non è qualcosa di completamente immobile, si sviluppa nel tempo, attraverso le esperienze, le relazioni, le scelte e il modo in cui ci percepiamo.

I vestiti possono accompagnare questo processo.

Possiamo scegliere un abito perché rappresenta una parte di noi che abbiamo finalmente il coraggio di esprimere, possiamo cambiare stile dopo una trasformazione personale, una nuova relazione, un cambiamento di lavoro o una fase della vita.

In questo senso, vestirsi può essere un gesto creativo: ci permette di esplorare possibilità, sperimentare linguaggi e rendere visibile ciò che sentiamo.

Ma esiste anche una dinamica opposta.

A volte non acquistiamo per esprimere chi siamo, ma per avvicinarci a un'immagine ideale di noi stessi, compriamo un vestito perché vorremmo apparire più sicuri, più giovani, più sofisticati, più attraenti o più affermati. Associamo a un determinato oggetto le qualità che desideriamo possedere e speriamo, almeno in parte, che quell'oggetto ci aiuti a incarnarle.

In questo modo, il vestito può diventare una promessa: quando avrò questo capo, sarò finalmente all'altezza; quando avrò questo aspetto, mi sentirò più sicuro; quando gli altri mi vedranno così, forse mi apprezzeranno di più.

Non significa che vestirsi bene non possa migliorare il nostro umore o la percezione di noi stessi, l'abbigliamento può davvero influenzare come ci sentiamo e come affrontiamo

determinate situazioni, il problema nasce quando affidiamo agli oggetti il compito di risolvere un'insoddisfazione che ha radici più profonde; perché un vestito può modificare il nostro aspetto, ma non può garantire che ci sentiremo amati, può contribuire alla nostra sicurezza, ma non può sostituire interamente la fiducia in noi stessi, e soprattutto, nessun acquisto può assicurarci un'accettazione duratura da parte degli altri.

Se il nostro valore dipende dall'immagine che riusciamo a costruire, saremo sempre costretti a mantenerla, aggiornarla e difenderla, è una corsa faticosa, perché gli ideali estetici cambiano continuamente e ciò che oggi ci fa sentire adeguati domani potrebbe non bastare più.

6. Il confronto sociale: quando il nostro corpo diventa una misura

La moda contemporanea si sviluppa in un ambiente in cui siamo continuamente esposti alle immagini degli altri.

Vetrine, riviste, pubblicità, influencer e social network ci mostrano corpi, abiti, stili di vita e modelli estetici con cui, spesso senza accorgercene, finiamo per confrontarci. Il confronto sociale è un processo psicologico normale, ci aiuta a orientarci, a capire come ci collochiamo rispetto agli altri e a costruire un'immagine di noi stessi; tuttavia, può diventare problematico quando utilizziamo modelli irrealistici o continuamente mutevoli come misura del nostro valore.

Vediamo una persona che indossa un determinato capo e riceve migliaia di apprezzamenti, osserviamo una tendenza che sembra piacere a tutti, notiamo che un certo tipo di corpo viene rappresentato come desiderabile; poco alla volta, possiamo interiorizzare un messaggio: per essere apprezzati dobbiamo avvicinarci a quell'immagine.

Il confronto non riguarda più soltanto il vestito, coinvolge il corpo, l'età, la bellezza, il successo e la posizione sociale e può produrre un'insoddisfazione difficile da placare perché quando il parametro di riferimento è esterno, il traguardo si sposta continuamente. Una volta raggiunto un determinato ideale, ne compare un altro.

La moda veloce può inserirsi in questo meccanismo proponendo un ricambio incessante delle tendenze: ciò che possediamo viene percepito come superato, mentre il nuovo acquisto promette di restituirci attualità e adeguatezza. È importante non confondere, però, la moda in sé con una manipolazione inevitabile.

La moda può essere gioco, arte, creatività e libera espressione, il punto è osservare quando il piacere di scegliere viene sostituito dalla sensazione di dover inseguire.

Una domanda può aiutarci a riconoscere questa differenza:

Se nessuno vedesse ciò che indosso, sceglierei ancora questo vestito?

7. Il paradosso: vogliamo distinguerci, ma anche assomigliare agli altri

Ecco uno degli aspetti più affascinanti della psicologia della moda.

Da una parte vogliamo appartenere, desideriamo essere riconosciuti, sentirci simili alle persone che apprezziamo e condividere con loro alcuni codici, dall'altra vogliamo essere unici; desideriamo distinguerci, essere riconoscibili e avere qualcosa che gli altri non possiedono.

Questi due bisogni convivono.

La moda risponde a entrambi: propone modelli condivisi, ma ci permette anche di reinterpretarli attraverso colori, abbinamenti, accessori e scelte personali, il paradosso emerge quando cerchiamo di essere originali utilizzando gli stessi strumenti di tutti gli altri. Vogliamo distinguerci attraverso una tendenza che, proprio mentre diventa popolare, perde parte della sua capacità di distinguerci e allora cerchiamo una nuova tendenza, un nuovo marchio, un nuovo oggetto che ci restituisca unicità; si crea così un movimento continuo tra conformità e differenziazione.

Non c'è nulla di sbagliato nel desiderio di essere speciali, così come non c'è nulla di sbagliato nel voler condividere uno stile comune, la difficoltà nasce quando sentiamo di non poter essere accettati se non riusciamo a conciliare perfettamente queste due esigenze.

Forse una parte della libertà consiste proprio nel riconoscere che non dobbiamo essere sempre diversi, ma nemmeno sempre uguali.

Possiamo appartenere senza cancellarci, possiamo distinguerci senza dover dimostrare continuamente il nostro valore.

8. Il consumo come tentativo di colmare un vuoto emotivo

Arriviamo ora a un punto particolarmente importante per RI-VESTITI: A volte compriamo un vestito perché ci piace, altre volte, invece, acquistare diventa un modo per modificare temporaneamente il nostro stato emotivo.

Una giornata difficile, un momento di solitudine, un'insoddisfazione personale o la sensazione di non essere abbastanza possono spingerci a cercare una gratificazione immediata, entrare in un negozio, scegliere qualcosa, immaginare come ci starebbe addosso e infine acquistarlo può generare entusiasmo, aspettativa e un senso momentaneo di soddisfazione. L'oggetto nuovo porta con sé la possibilità di un cambiamento: un'altra immagine di noi, una nuova occasione, una piccola ricompensa.

Ma se l'acquisto serve soprattutto a regolare un'emozione, il suo effetto può essere breve.

Dopo l'entusiasmo iniziale, l'insoddisfazione può riaffiorare e possiamo essere tentati di ripetere il gesto, cercando nel prossimo acquisto la sensazione che il precedente non è riuscito a mantenere, questo non significa che ogni acquisto impulsivo nasconda un problema psicologico, né che ogni persona appassionata di moda stia cercando di colmare un vuoto, sarebbe una semplificazione ingiusta; significa, piuttosto, che vale la pena imparare a distinguere tra il piacere di acquistare e il bisogno di acquistare per sentirci meglio.

Possiamo domandarci:

- Sto cercando un capo che mi serve oppure una sensazione che mi manca?
- Voglio davvero questo oggetto o desidero la persona che immagino di diventare indossandolo?
- Se aspettassi qualche giorno, continuerei a desiderarlo?

- Quante cose possiedo che ho acquistato per un'emozione del momento e che oggi non uso?

Non sono domande che servono a colpevolizzarci, servono a restituirci consapevolezza, perché il consumo consapevole non comincia necessariamente nel momento in cui decidiamo di non comprare, comincia quando riusciamo a capire che cosa stiamo cercando attraverso ciò che compriamo.

9. Quando il vestito diventa una maschera

Soffermiamoci ora su un'immagine: quella della maschera.

Una maschera non è necessariamente una menzogna, può proteggerci, aiutarci ad affrontare una situazione, permetterci di mostrare una parte di noi che altrimenti rimarrebbe nascosta, anche l'abbigliamento può svolgere questa funzione.

Possiamo indossare un abito elegante per sentirci più sicuri durante una presentazione, possiamo scegliere colori vivaci per esprimere una disposizione d'animo, possiamo utilizzare un determinato stile per comunicare una competenza o una posizione professionale.

Il problema non è la maschera in sé, ma il rischio di non riuscire più a toglierla.

Se ci abituiamo a costruire la nostra immagine esclusivamente in funzione delle aspettative esterne, potremmo finire per perdere il contatto con le nostre preferenze autentiche, non sapere più se una cosa ci piace davvero oppure se abbiamo imparato a considerarla desiderabile, se ci sentiamo a nostro agio oppure se siamo soltanto soddisfatti di apparire adeguati.

A quel punto, vestirsi può diventare un'attività faticosa, perché ogni scelta porta con sé una verifica: sarò abbastanza elegante? Sarò abbastanza giovane? Sarò abbastanza interessante? Sarò all'altezza degli altri?

La domanda da recuperare è più semplice e, allo stesso tempo, più profonda:

Come mi sento io dentro questo vestito, al di là di come appaio agli altri?

Non si tratta di ignorare lo sguardo altrui, viviamo in relazione e il modo in cui veniamo percepiti ha conseguenze reali, si tratta di non concedergli il potere assoluto di stabilire chi siamo.

10. Che cosa c'entra tutto questo con la sostenibilità?

Spesso parliamo di sostenibilità nella moda concentrandoci sui materiali, sull'inquinamento, sulle condizioni di lavoro, sulla durata dei prodotti e sul riciclo dei tessuti.

Sono questioni essenziali, ma possiamo aggiungere una domanda: quale bisogno ci spinge a consumare così tanti vestiti?

Se acquistiamo perché un capo si è rovinato, la necessità è concreta, se acquistiamo perché abbiamo cambiato taglia, può esserci una necessità altrettanto reale, ma se acquistiamo perché un vestito non è più di tendenza, perché temiamo di apparire fuori moda, perché

desideriamo sentirci al livello degli altri o perché cerchiamo continuamente conferme attraverso la nostra immagine, allora il problema non è soltanto produttivo o ambientale è anche culturale e psicologico.

Un sistema che ci invita continuamente a rinnovare il nostro aspetto può trovare terreno fertile in un bisogno umano autentico: quello di essere visti, apprezzati e accettati.

La risposta, però, non può essere quella di rinunciare alla moda, di giudicare chi ama vestirsi bene o di trasformare la sostenibilità in un'altra fonte di ansia e di colpa, dobbiamo piuttosto recuperare la possibilità di scegliere.

Possiamo amare i vestiti, prenderci cura del nostro aspetto e divertirci con lo stile senza essere costretti a inseguire ogni tendenza, possiamo comprare meno senza vivere la rinuncia come una privazione, possiamo riutilizzare, riparare, scambiare e trasformare i nostri abiti, scoprendo che un oggetto non perde necessariamente valore perché non è nuovo.

E possiamo imparare a riconoscere che la nostra identità non ha bisogno di essere continuamente aggiornata attraverso gli acquisti.

11. Un percorso di consapevolezza: cinque domande da portare con noi

1. Che cosa mi piace davvero?

Riesco a distinguere i miei gusti personali da quelli che ho imparato a considerare giusti perché approvati dagli altri?

2. Di chi cerco l'approvazione?

Mi vesto per sentirmi bene oppure temo di essere giudicato, escluso o considerato inadeguato?

3. Che cosa sto cercando quando compro?

Mi serve davvero un nuovo capo o sto cercando gratificazione, sicurezza, riconoscimento o un cambiamento emotivo?

4. Quanto mi condiziona lo sguardo degli altri?

Riesco a indossare qualcosa che amo anche quando non corrisponde alle tendenze o alle aspettative del mio gruppo?

5. Posso dare valore a ciò che già possiedo?

Riesco a riscoprire un capo, ripararlo, trasformarlo o scambiarlo senza sentire che il suo valore dipende dall'essere nuovo?

12. Il messaggio centrale: non dobbiamo meritarci l'accettazione attraverso un vestito

Il desiderio di essere accettati non è una debolezza è una componente della nostra umanità. Abbiamo bisogno degli altri, delle relazioni e del riconoscimento reciproco, non dobbiamo imparare a non desiderare più di piacere, dobbiamo imparare a non confondere l'essere apprezzati con l'essere degni di apprezzamento.

Un vestito può valorizzarci, ma non determina il nostro valore, una marca può comunicare uno status, ma non misura la nostra intelligenza, la nostra sensibilità o la nostra capacità di amare; un corpo può cambiare, uno stile può evolvere, le mode possono passare, la nostra dignità non dovrebbe dipendere da nessuna di queste trasformazioni.

Il vero cambiamento comincia quando smettiamo di chiederci soltanto che cosa dobbiamo indossare per essere accettati e iniziamo a domandarci che cosa ci permette di sentirci autenticamente noi stessi, quando non utilizziamo più l'abito per nascondere ogni insicurezza, ma per esprimere liberamente una parte di noi, quando possiamo scegliere un vestito perché ci piace, non perché temiamo di non essere abbastanza e quando riusciamo a guardare un armadio pieno senza sentire che ci manca continuamente qualcosa per diventare la persona che vorremmo essere.

La moda più sostenibile comincia proprio qui: nel momento in cui non abbiamo più bisogno di comprare continuamente una nuova immagine di noi stessi.

Perché RI-VESTIRSI, in fondo, può significare anche questo: togliere gli strati delle aspettative, dei confronti e dei condizionamenti per ritrovare, sotto i vestiti, la persona che siamo

e imparare ad accettarla.



La moda contemporanea si sviluppa in un ambiente in cui siamo continuamente esposti alle immagini degli altri.

Vetrine, riviste, pubblicità, influencer e social network ci mostrano corpi, abiti, stili di vita e modelli estetici con cui, spesso senza accorgercene, finiamo per confrontarci.

Il confronto sociale è un processo psicologico normale. Ci aiuta a orientarci, a capire come ci collochiamo rispetto agli altri e a costruire un'immagine di noi stessi.

Tuttavia, può diventare problematico quando utilizziamo modelli irrealistici o continuamente mutevoli come misura del nostro valore.

Vediamo una persona che indossa un determinato capo e riceve migliaia di apprezzamenti. Osserviamo una tendenza che sembra piacere a tutti. Notiamo che un certo tipo di corpo viene rappresentato come desiderabile.

Poco alla volta, possiamo interiorizzare un messaggio: per essere apprezzati dobbiamo avvicinarci a quell'immagine.

Il confronto non riguarda più soltanto il vestito. Coinvolge il corpo, l'età, la bellezza, il successo e la posizione sociale.

E può produrre un'insoddisfazione difficile da placare.

Perché quando il parametro di riferimento è esterno, il traguardo si sposta continuamente. Una volta raggiunto un determinato ideale, ne compare un altro.

La moda veloce può inserirsi in questo meccanismo proponendo un ricambio incessante delle tendenze: ciò che possediamo viene percepito come superato, mentre il nuovo acquisto promette di restituirci attualità e adeguatezza.

È importante non confondere, però, la moda in sé con una manipolazione inevitabile. La moda può essere gioco, arte, creatività e libera espressione. Il punto è osservare quando il piacere di scegliere viene sostituito dalla sensazione di dover inseguire.

Una domanda può aiutarci a riconoscere questa differenza:

Se nessuno vedesse ciò che indosso, sceglierei ancora questo vestito?

Non è un test definitivo, ma può aprire uno spazio di riflessione molto interessante.

7. Il paradosso: vogliamo distinguerci, ma anche assomigliare agli altri

Ecco uno degli aspetti più affascinanti della psicologia della moda.

Da una parte vogliamo appartenere. Desideriamo essere riconosciuti, sentirci simili alle persone che apprezziamo e condividere con loro alcuni codici.

Dall'altra vogliamo essere unici. Desideriamo distinguerci, essere riconoscibili e avere qualcosa che gli altri non possiedono.

Questi due bisogni convivono.

La moda risponde a entrambi: propone modelli condivisi, ma ci permette anche di reinterpretarli attraverso colori, abbinamenti, accessori e scelte personali.

Il paradosso emerge quando cerchiamo di essere originali utilizzando gli stessi strumenti di tutti gli altri.

Vogliamo distinguerci attraverso una tendenza che, proprio mentre diventa popolare, perde parte della sua capacità di distinguerci. E allora cerchiamo una nuova tendenza, un nuovo marchio, un nuovo oggetto che ci restituisca unicità.

Si crea così un movimento continuo tra conformità e differenziazione.

Non c'è nulla di sbagliato nel desiderio di essere speciali, così come non c'è nulla di sbagliato nel voler condividere uno stile comune. La difficoltà nasce quando sentiamo di non poter essere accettati se non riusciamo a conciliare perfettamente queste due esigenze.

Forse una parte della libertà consiste proprio nel riconoscere che non dobbiamo essere sempre diversi, ma nemmeno sempre uguali.

Possiamo appartenere senza cancellarci. Possiamo distinguerci senza dover dimostrare continuamente il nostro valore.

8. Il consumo come tentativo di colmare un vuoto emotivo

Arriviamo ora a un punto particolarmente importante per RI-VESTITI.

A volte compriamo un vestito perché ci piace. Altre volte, invece, acquistare diventa un modo per modificare temporaneamente il nostro stato emotivo.

Una giornata difficile, un momento di solitudine, un'insoddisfazione personale o la sensazione di non essere abbastanza possono spingerci a cercare una gratificazione immediata.

Entrare in un negozio, scegliere qualcosa, immaginare come ci starebbe addosso e infine acquistarlo può generare entusiasmo, aspettativa e un senso momentaneo di soddisfazione.

L'oggetto nuovo porta con sé la possibilità di un cambiamento: un'altra immagine di noi, una nuova occasione, una piccola ricompensa.

Ma se l'acquisto serve soprattutto a regolare un'emozione, il suo effetto può essere breve.

Dopo l'entusiasmo iniziale, l'insoddisfazione può riaffiorare. E possiamo essere tentati di ripetere il gesto, cercando nel prossimo acquisto la sensazione che il precedente non è riuscito a mantenere.

Questo non significa che ogni acquisto impulsivo nasconda un problema psicologico, né che ogni persona appassionata di moda stia cercando di colmare un vuoto. Sarebbe una semplificazione ingiusta.

Significa, piuttosto, che vale la pena imparare a distinguere tra il piacere di acquistare e il bisogno di acquistare per sentirci meglio.

Possiamo domandarci:

- Sto cercando un capo che mi serve oppure una sensazione che mi manca?
- Voglio davvero questo oggetto o desidero la persona che immagino di diventare indossandolo?
- Se aspettassi qualche giorno, continuerei a desiderarlo?
- Quante cose possiedo che ho acquistato per un'emozione del momento e che oggi non uso?

Queste domande non servono a colpevolizzarci. Servono a restituirci consapevolezza.

Perché il consumo consapevole non comincia necessariamente nel momento in cui decidiamo di non comprare. Comincia quando riusciamo a capire che cosa stiamo cercando attraverso ciò che compriamo.

9. Quando il vestito diventa una maschera

Vorrei soffermarmi ancora su un'immagine: quella della maschera.

Una maschera non è necessariamente una menzogna. Può proteggerci, aiutarci ad affrontare una situazione, permetterci di mostrare una parte di noi che altrimenti rimarrebbe nascosta.

Anche l'abbigliamento può svolgere questa funzione.

Possiamo indossare un abito elegante per sentirci più sicuri durante una presentazione. Possiamo scegliere colori vivaci per esprimere una disposizione d'animo. Possiamo utilizzare un determinato stile per comunicare una competenza o una posizione professionale.

Il problema non è la maschera in sé, ma il rischio di non riuscire più a toglierla.

Se ci abituiamo a costruire la nostra immagine esclusivamente in funzione delle aspettative esterne, potremmo finire per perdere il contatto con le nostre preferenze autentiche.

Non sappiamo più se una cosa ci piace davvero oppure se abbiamo imparato a considerarla desiderabile. Non sappiamo se ci sentiamo a nostro agio oppure se siamo soltanto soddisfatti di apparire adeguati.

A quel punto, vestirsi può diventare un'attività faticosa, perché ogni scelta porta con sé una verifica: sarò abbastanza elegante? Sarò abbastanza giovane? Sarò abbastanza interessante? Sarò all'altezza degli altri?

La domanda da recuperare è più semplice e, allo stesso tempo, più profonda:

Come mi sento io dentro questo vestito, al di là di come appaio agli altri?

Non si tratta di ignorare lo sguardo altrui. Viviamo in relazione e il modo in cui veniamo percepiti ha conseguenze reali.

Si tratta di non concedergli il potere assoluto di stabilire chi siamo.

10. Che cosa c'entra tutto questo con la sostenibilità?

A questo punto il collegamento con RI-VESTITI diventa evidente.

Spesso parliamo di sostenibilità nella moda concentrandoci sui materiali, sull'inquinamento, sulle condizioni di lavoro, sulla durata dei prodotti e sul riciclo dei tessuti.

Sono questioni essenziali. Ma possiamo aggiungere una domanda: quale bisogno ci spinge a consumare così tanti vestiti?

Se acquistiamo perché un capo si è rovinato, la necessità è concreta.

Se acquistiamo perché abbiamo cambiato taglia, può esserci una necessità altrettanto reale.

Ma se acquistiamo perché un vestito non è più di tendenza, perché temiamo di apparire fuori moda, perché desideriamo sentirci al livello degli altri o perché cerchiamo continuamente conferme attraverso la nostra immagine, allora il problema non è soltanto produttivo o ambientale. È anche culturale e psicologico.

Un sistema che ci invita continuamente a rinnovare il nostro aspetto può trovare terreno fertile in un bisogno umano autentico: quello di essere visti, apprezzati e accettati.

La risposta, però, non può essere quella di rinunciare alla moda, di giudicare chi ama vestirsi bene o di trasformare la sostenibilità in un'altra fonte di ansia e di colpa.

Dobbiamo piuttosto recuperare la possibilità di scegliere.

Possiamo amare i vestiti, prenderci cura del nostro aspetto e divertirci con lo stile senza essere costretti a inseguire ogni tendenza.

Possiamo comprare meno senza vivere la rinuncia come una privazione.

Possiamo riutilizzare, riparare, scambiare e trasformare i nostri abiti, scoprendo che un oggetto non perde necessariamente valore perché non è nuovo.

E possiamo imparare a riconoscere che la nostra identità non ha bisogno di essere continuamente aggiornata attraverso gli acquisti.

In questa prospettiva, RI-VESTITI può assumere un significato ancora più profondo: non soltanto rivestirsi in modo diverso, ma rimettere al centro la persona che abita il vestito.

11. Un percorso di consapevolezza: cinque domande da portare con noi

1. Che cosa mi piace davvero?

Riesco a distinguere i miei gusti personali da quelli che ho imparato a considerare giusti perché approvati dagli altri?

2. Di chi cerco l'approvazione?

Mi vesto per sentirmi bene oppure temo di essere giudicato, escluso o considerato inadeguato?

3. Che cosa sto cercando quando compro?

Mi serve davvero un nuovo capo o sto cercando gratificazione, sicurezza, riconoscimento o un cambiamento emotivo?

4. Quanto mi condiziona lo sguardo degli altri?

Riesco a indossare qualcosa che amo anche quando non corrisponde alle tendenze o alle aspettative del mio gruppo?

5. Posso dare valore a ciò che già possiedo?

Riesco a riscoprire un capo, ripararlo, trasformarlo o scambiarlo senza sentire che il suo valore dipende dall'essere nuovo?

Queste domande potrebbero diventare anche uno strumento concreto durante un incontro di RI-VESTITI, invitando le persone a riflettere sulle proprie abitudini senza sentirsi giudicate.

12. Il messaggio centrale: non dobbiamo meritarci l'accettazione attraverso un vestito

Vorrei concludere con una riflessione che può rappresentare il cuore psicologico di questo percorso.

Il desiderio di essere accettati non è una debolezza. È una componente della nostra umanità. Abbiamo bisogno degli altri, delle relazioni e del riconoscimento reciproco.

Non dobbiamo imparare a non desiderare più di piacere. Dobbiamo imparare a non confondere l'essere apprezzati con l'essere degni di apprezzamento.

Un vestito può valorizzarci, ma non determina il nostro valore.

Una marca può comunicare uno status, ma non misura la nostra intelligenza, la nostra sensibilità o la nostra capacità di amare.

Un corpo può cambiare, uno stile può evolvere, le mode possono passare. La nostra dignità non dovrebbe dipendere da nessuna di queste trasformazioni.

Forse il vero cambiamento comincia quando smettiamo di chiederci soltanto che cosa dobbiamo indossare per essere accettati e iniziamo a domandarci che cosa ci permette di sentirci autenticamente noi stessi.

Quando non utilizziamo più l'abito per nascondere ogni insicurezza, ma per esprimere liberamente una parte di noi.

Quando possiamo scegliere un vestito perché ci piace, non perché temiamo di non essere abbastanza.

E quando riusciamo a guardare un armadio pieno senza sentire che ci manca continuamente qualcosa per diventare la persona che vorremmo essere.

Forse la moda più sostenibile comincia proprio qui: nel momento in cui non abbiamo più bisogno di comprare continuamente una nuova immagine di noi stessi.

Perché RI-VESTIRSI, in fondo, può significare anche questo: togliere gli strati delle aspettative, dei confronti e dei condizionamenti per ritrovare, sotto i vestiti, la persona che siamo.

E imparare ad accettarla.