

Sotto il vestito il cinepanettone

MARCO
BELPOLITI

Minima

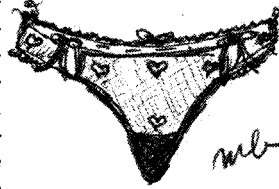
Una delle cose che più mi colpisce nelle vetrine d'intimo femminile durante il Natale e la fine d'anno - negozi che non conoscono recessione e crescono di numero di anno in anno - è la lingerie di colore rosso.

Il rosso, si sa, è il colore di Babbo Natale, in versione Coca-Cola, che è stata la reinventrice di questa tradizione: rosso come il colore del suo marchio, ci ha spiegato un'allieva di Lévi-Strauss, Martyne Perrot, in *Etnologia del Natale (Eleuthera)*. Nel corso del resto dell'anno la lingerie più sexy è invece nera. Durante gli ultimi anni, poi, in oc-

casione delle feste sono comparsi anche capi intimi maschili di colore rosso. Fanno parte dell'avvicinamento in corso, sul piano del consumo, ma anche dei simboli, tra maschile e femminile.

Un sociologo, Gilles Lipovetsky, ha individuato un trend in corso a partire dalla metà degli Anni Ottanta, e che riguarda l'intimo femminile: si sono molto sviluppati gli accessori e la stessa lingerie. Si tratta di capi di abbigliamento che non possono né

vanno esibiti in pubblico, ma servono a una visione privata; appartengono al lusso, tuttavia non a quello tradizionale, che imponeva ai ricchi l'ostentazione della propria opulenza attraverso il capo d'abbigliamento. Lipovetsky sostiene che le nuove forme del consumo, fondate sul neoindividualismo, sono maggiormente legate alla ricerca dell'emozione esteti-



ca connessa ai sensi. Si tratta di un lusso che il sociologo definisce «esperienziale»: la lingerie come esperienza intima. Funzionerebbe come un vestito di seduzione, che provoca emozioni slegate dallo status sociale. Lipovetsky, autore di *Una felicità paradossale (Cortina)*, sostiene che l'emozionalizzazione del lusso procede di pari passo con la nuova democratizzazione delle masse.

Oggi il lusso è infatti per tutti, e tutti, giovani compresi, desiderano il lusso: si è democratizzato il desiderio. Di più: si è democratizzato il desiderio sessuale che è stimolato dal lusso, che è agito dal lusso. Un desiderio del tutto voyeuristico. Chissà cosa scriverebbe della lingerie Lypovetsky se solo avesse analizzato i cinepanettoni che spopolano da anni nelle sale cinematografiche durante il periodo natalizio. Quando guardo le vetrine delle lingerie non posso fare a meno di pensare a Boldi e a Christian De Sica. Hanno colonizzato il mio immaginario, almeno per quello che riguarda l'intimo.

