

Hélène Blignaut

# Essere belli conviene?

Riflessioni e orientamenti

*Prefazione di Irene Pivetti*

la  
Società



**FrancoAngeli**



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Hélène Blignaut

# **Essere belli conviene?**

Riflessioni e orientamenti

*Prefazione di Irene Pivetti*

**FrancoAngeli**

Un ringraziamento speciale a Maurizio Campos per l'aiuto indispensabile, insostituibile che mi ha generosamente dato.

Ringrazio inoltre Michael Giannini e Stefania Castaldi per d'management group, Antonio Franceschini - CNA Federmoda, Elena Salvaneschi - Iafil, Carlo Carestiato.

Una particolare dedica al Cav. Lav. Mario Boselli Presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana

*Grafica della copertina: Elena Pellegrini*

Copyright © 2009 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni specificate su [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it)*

# Indice

<b>Prefazione</b> , di <i>Irene Pivetti</i>	pag.	9
<b>Introduzione</b>	»	13
<b>1. Barack Obama è cool</b>	»	15
1.1. Arrendersi all'idolo	»	16
1.2. Il presidente provvidenziale	»	17
1.3. L'assenza di corporeità	»	19
1.4. Elegantemente leader	»	21
1.5. Il modello maschile ideale	»	22
1.6. Il carisma di Obama	»	23
1.7. L'eleganza del passo	»	25
1.8. Uomini venerei	»	27
1.9. Lo charme delle First Ladies	»	29
<b>2. Forma Conforme, Forma Deforme</b>	»	31
2.1. La Bellezza del genio	»	31
2.2. La Bruttezza come forza generatrice	»	33
2.3. Arte come delirio compensativo	»	34
2.4. Amare se stessi amando	»	35
2.5. La negazione del corpo	»	36
2.6. Il corpo della Regina	»	37
2.7. Il seno al tempo del Re Sole	»	38
2.8. Quale immagine?	»	39
2.9. Sensualità in una galleria d'arte	»	40
2.10. Lo stile e il consenso	»	44
2.11. L'eresia del fascino	»	45

2.12. Esiste il bello o la Bellezza?	pag.	47
2.13. Miti e vuoto contemporaneo	»	48
2.14. Il mito dell'assenza	»	49
2.15. Narciso amava se stesso	»	51
2.16. La Bellezza insopportabile	»	53
2.17. La Bellezza ordinata	»	54
2.18. Così buono da sembrare bello	»	55
2.19. L'eros e il teschio	»	56
2.20. Il volto rovescio della Bellezza	»	60
<b>3. Red Carpet: incontri con i belli</b>	»	65
3.1. Considerazioni sulla lontananza di una star	»	65
3.2. Moda, passerella e palcoscenico	»	66
<i>Bryan Adams</i>	»	66
<i>Silvana Coveri</i>	»	68
<i>Elio Fiorucci</i>	»	71
<i>Carol Alt</i>	»	72
<i>Nadege Dubospertus</i>	»	74
<i>Beppe Convertini</i>	»	76
3.3. Top e Spot	»	78
<i>Michael Giannini</i>	»	78
<i>Maurizio Campos</i>	»	79
<i>Stefano Schedoni</i>	»	82
3.4. I grandi leader del sistema Moda	»	87
<i>Mario Boselli</i>	»	87
<i>Antonio Franceschini</i>	»	89
<i>Domenico Girardi</i>	»	93
<i>Elena Salvaneschi</i>	»	94
<i>Andrea Panconesi</i>	»	98
3.5. Bellezza, pelle, capelli e cibo	»	99
<i>Antonino Di Pietro</i>	»	99
<i>Angelo-Orea Malià</i>	»	103
<i>Giacinto</i>	»	105
3.6. Bellezza, TV, giornali e cultura	»	107
<i>Maria Concetta Mattei</i>	»	107
<i>Nino Graziano Luca</i>	»	112
<i>Daniela Sartori</i>	»	123
<i>Riccardo Pelliccetti</i>	»	126
<i>Anna Repellini</i>	»	131
<i>Isabella Orefice</i>	»	133

3.7. Il parere dei “civili”	pag. 135
<i>Carlo Carestiato</i>	» 135
<i>Cristina Salvi</i>	» 136
<b>4. UltraCinema</b>	» 139
4.1. Belli e dimenticati?	» 139
4.2. L’odore del Cinema	» 142
4.3. La sensualità perduta	» 146
4.4. Belle no, ma affascinanti sempre	» 147
4.5. I cult	» 148
<b>5. Come apparire belli in modo conveniente</b>	» 151
5.1. Costruirsi un’immagine	» 151
5.2. Capire il proprio personaggio: magre e magri	» 152
5.3. Capire il proprio personaggio: grasse e grassi	» 154
5.4. I capelli delle donne	» 155
5.5. Essere belli conviene?	» 156

Una decina di anni fa, intervistai Franco Zeffirelli. Eravamo seduti a un tavolo del ristorante Marino alla Scala di Nicola Trussardi, quella meraviglia d'uomo che non c'è più. Zeffirelli mangiava la carne e intanto fumava, un boccone e un tiro di sigaretta, e intanto parlava ispirato. Mi sembrava affascinante e per niente oltraggioso nel suo comportamento. Così aristocratico che gli domandai: "Come si fa ad invecchiare conservando la bellezza?". Lui rispose: "Jean Cocteau diceva che quando vanno di moda le ragazze con il naso all'insù, tutte le mamme le partoriscono". È proprio così, perché noi stessi siamo artefici della nostra bellezza. Se con gli occhi catturiamo la luce, diventano grandi. Se mettiamo le labbra a bacio, si addolciscono.

## Prefazione

di *Irene Pivetti*

Forse, la bellezza è immorale. Non mi spiego altrimenti il turbamento che genera, la nostalgia quasi senza parole, se non di scusa, che per essere troppo piccoli, inadeguati, troppo brutti via, ci sorge alla bocca di fronte ad una cosa bella, a una persona bella, ad un'azione, ad un pensiero belli.

Noi non siamo belli. Ci ricordiamo di quando potevamo esserlo, di quando ne eravamo la promessa, ma noi non siamo più tanto belli, diciamoci la verità, con tutti i nostri sbagli sulla pelle, le nostre rughe che non sono un segno di saggezza, ma di preoccupazione, il corrugare la fronte del ladro che si chiede: "Riuscirò a farla franca?". Noi abbiamo truffato la vita tante volte ormai, l'abbiamo imbrogliata sommarariamente, abbiamo stretto patti con chiunque per restare vivi, e questo non ti rende bello col tempo, come un mobile non si fa bello con i tarli. Col tempo puro magari sì, ah si riuscisse ad invecchiare indenni, a portare sul corpo i segni del tempo perfetto, come i graffi dei proiettili su una bandiera, come le cannonate sui bastioni, strappi al tuo corpo, sì, ma gloriosi ricordi di orgoglio, purezza, indipendenza. E invece no. Il nostro corpo, il nostro volto, hanno i graffi del compromesso, la stanchezza della mezza malefatta, neanche prodezza malandrina, solo mezzuccio.

E va bene, perdoniamocelo, non si può certo vivere senza compromessi, andiamo. Perciò bando alle pose degli intellettuali, sempre puristi quelli, che vorrebbero vedere martiri di coerenza dove invece vivono uomini, talebani della legge di Dio in mezzo a una riuscita squadra di mercanti da tempio, professori della fede dove non si ha fiato neppure per pensare. No, il vezzo intellettuale della purezza che non si scompo-

ne, lasciamolo a tutti coloro che non hanno bisogno di sudare per trovare il loro tesorino quotidiano. Noi sudiamo, noi sputacchiamo quando la polvere ci va di traverso, noi accettiamo i compromessi. E così la nostra bellezza se ne va un poco alla volta. Un segno qui, un lineamento lì, e il nostro viso assomiglia sempre più alla nostra storia, e sempre meno alla nostra vocazione.

Ma insomma è il nostro viso. E ce lo sopportiamo, quasi con un certo affetto, come un cane alla soglia della porta. In fin dei conti anche così aggiustato dice qualcosa di noi, tanto vale tenercelo. E comunque dentro siamo noi che ci viviamo.

Ma belli, insomma.

Ma perché no poi? Belli, sì, belli. Dentro e fuori. Noi, con i nostri bozzi in faccia, noi con la testa fra le mani, noi con le spalle non ben dritte ma nemmeno curve, insomma, noi e la nostra fatica, un po' belli ci sentiamo in fondo.

Non è per tutti, questa nostra bellezza. Non è una cosetta patinata che ti rifilano in qualsiasi rivista, non ha a che fare con la morbidezza delle forme e la perfezione delle proporzioni. Oppure sì, ma nello stesso modo in cui l'Anarchico Bresci poteva avere a che fare con la prima guerra mondiale, o come Biancaneve con la sciatica del principe, quando da vecchio non poteva più nemmeno andare a caccia nel suo parco, e si domandava come diavolo avesse fatto un giorno a cavalcare tanto a fondo nel bosco da stanare quella buffa tribù di nani, con la tomba di cristallo e intorno i fiori e dentro la donna della sua vita – prima che diventasse grassa, naturalmente.

Ma insomma questa bellezza che si decanta tanto, questa bellezza che “si vede da fuori” (come diceva la mamma della Mia Germana, il giorno che la figlia incominciò a lavorare in banca, e la sua scrivania era un po' d'angolo, che dalla vetrina pareva anche più grande, e il suo orgoglio di madre la rendeva felice felice) ecco, questa bellezza d'altri mondi è talmente altrui che in fin dei conti il mondo reale, in cui siamo piantati, non ci fa paura: stabilisca pure i suoi ridicoli parametri, fissi pure come le stelle di Tolomeo i destini degli umani per sempre, i di qua o di là del grande spartiacque della fortuna. Se sei molto bello vivrai, sarai amato e fortunato e coccolato, se invece non sei di questa ben più nobile stirpe pazienza, tesoro, e buon per te che siamo tolleranti e civili. Giusto lo scherno ti risparmi, perché abbiamo definitivamente imparato ad ignorarti.

E, invece, il mio viso non è tanto male. Così com'è, imperfetto e fuori sinc, come un doppiaggio approssimativo. Inadeguato? Mio. Nostro. Compromesso. E perciò libero, profondamente.

Mio Dio, non è lo stupore. È la libertà, che rende immorale la bellezza.



## Introduzione

Il mio viaggio tra gli interrogativi che la Bellezza pone prende avvio con il fascino di **Barack Obama**, l'incarnazione della democrazia americana, l'icona che ormai popola la rete globale inclusa eBay con le sue innumerevoli interpretazioni artistiche, con i ritratti pop, cubisti, post-impressionisti, street-art, realizzati da gente comune, acquistabili su siti come "obamaartreport" o "artofobama" per pochi dollari o per molte centinaia. Obama come espressione di un'idea che va oltre la politica e transita inevitabilmente attraverso il suo fisico atletico e attraente. Il viaggio prosegue su sentieri che non possono avere fine, si arresta così al limite dei baratri dell'emozione, per poi insinuarsi in complessi labirinti di cui nessuno conoscerà mai l'uscita.

L'aspetto fisico, l'immagine esteriore, costituisce a volte un dramma per l'individuo: si tratta di problemi di auto-immagine, di turbamenti, di timore di non venire accettati dalla propria tribù di riferimento. C'era una volta un geniale folletto che si chiamava **Michael Jackson**. Ebbene "Jacko" era proprio un bel ragazzo, una corporeità fluida, dinamica, viva, estremamente affascinante. Fino al giorno in cui decise di diventare un altro. Chissà che cosa passava nella sua testa, che idea si era fatto di sé, quale forza autodistruttiva lo governava a tal punto che nessuno seppe fermarlo? Il suo aspetto, la sua gestualità, il suo talento fondevano arte di scrivere musica, cantarla, danzarla e viverla in un unicum che lo aveva reso una leggenda. Eppure... È come se un'opera artistica, come se la Gioconda decidesse di sfregiare se stessa. Viene davvero da pensare al dramma di Dorian Gray nel romanzo di **Oscar Wilde**: il suo ritratto invecchiava e si corrompeva. Nella realtà, Dorian rimaneva intatto e sempre giovane. Jacko, invece tragicamente peggio: corrompeva la propria immagine ma anche il proprio essere reale.

A quale delirio può condurre l'anelito alla Bellezza? Questa Bellezza misconosciuta, malintesa, ignorata, sopravvalutata, sottovalutata. Uno studio dell'Università di Washington espone una interessante case-history: in una fermata della metropolitana di Washington DC un violinista di mezza età rimase per 45 minuti suonando con il suo violino sei pezzi di Bach. La gente passava frettolosa, distratta, infastidita. Qualcuno lanciava una moneta. Solo alcuni si fermarono per pochi secondi, alcuni giovani per qualche momento in più. Il violinista raccolse 35 dollari. La sera stessa, proprio quel violinista diede un concerto: era **Joshua Bell**, uno degli artisti più famosi al mondo. Il biglietto di ingresso al teatro costava un minimo di cento dollari e, naturalmente, ci fu l'over-booking. Il violino che vibrava sotto le sue dita valeva 3 milioni e mezzo di dollari ed era lo stesso che lui aveva suonato nella metropolitana. Perché non siamo disponibili a riconoscere la Bellezza indipendentemente dal contesto nella quale idealmente la immaginiamo? Abbiamo bisogno davvero della cornice, dell'annuncio, dell'indicazione perentoria per riconoscerla?

Questo è un testo di interrogativi, perché al di là delle affermazioni dei filosofi, dei sociologi, degli psicologi e degli artisti, che cosa sia bello o non bello, nessuno può dirlo in modo categorico. Ognuno considera bello quello che vuole, secondo il suo personale punto di vista condizionato dalla propria lente. Scavando nel tema, parlando con tante persone, interrogandole, il Bello sembra risultare un anelito, un miraggio, un desiderio, quasi un diritto da perseguire e da contrapporre al Brutto. Il Brutto viene generalmente associato al Male. D'altronde, non sempre la Bellezza si associa al Bene. È per quest'ultima ragione che ho pensato di porvi il quesito "Essere belli conviene?", perché **se la Bellezza si associa ad un istinto di vita, allora sì, la convenienza sembrerebbe dimostrata, ma spesso la Bellezza racchiude in sé un veleno.** E allora?

## 1. Barack Obama è cool

Quanto influisce il nostro l'aspetto sulle azioni della nostra vita? Quali preconcetti suscita l'immagine fisica di una persona? E quanto conta questa immagine quando sono in gioco i destini di una nazione? Perché **Barack Obama** ha ottenuto un consenso talmente significativo? Perché i giornali di tutto il mondo ancora lo definiscono "cool & hot"? Perché un giornale sofisticato come il *Washingtonian* decide di pubblicare in copertina la fotografia del Presidente degli Stati Uniti a torso nudo e bermuda da bagno rossi (che in realtà erano blu, ma sono stati colorati artificialmente per strategia editoriale), scatenando le ire dei benpensanti e il delirio dei fans? Era mai accaduto che il presidente di uno Stato raccogliesse tanto seguito per il suo aspetto fisico? Già ci fu l'esempio di un presidente degli Stati Uniti che catturò un immenso seguito anche a causa della sua immagine giovane, desiderabile e vincente. Un uomo alto e prestante, dalla mascella quadra, gli occhi chiarissimi, i capelli folti e ondulati e con un'aria di salute disinvolta e incantevole. Amato dalle donne e anche da star hollywoodiane. Tuttavia...

Nella sua autobiografia *Svolte*, del 1987, il grande commediografo americano **Arthur Miller** (conosciuto non solo per la sua opera, ma anche per essere stato marito di **Marilyn Monroe** che in seguito, si dice, divenne l'amante proprio del presidente) scrisse a proposito di **John Fitzgerald Kennedy**: "... Malgrado avessi avuto parecchie noie da parte del governo in passato, Kennedy mi piaceva: finalmente un presidente che si rendeva conto che un Paese non ha bisogno solo di stelle del Cinema, ma anche di cervelli e di immaginazione... tuttavia guardavo con cautela alla personalità di Kennedy sbrigativa e risoluta;

trovo i suoi occhi duri, opachi, meccanici e un poco spaventosi. Avrà avuto una mente sveglia, ma non so quanta compassione...”.

### **1.1. Arrendersi all'idolo**

**L'attrazione che alcuni individui esercitano su masse di persone** è un tema complesso. Nella storia di tutti i tempi gli esempi sono infiniti: santi, profeti, messia, papi, condottieri, capi di Stato, opinionisti, attivisti politici, scienziati, artisti, attori cinematografici hanno saputo conquistare le folle. Ma come? Leader in campi diversi che sono stati idolatrati ma che poi la Storia ha giudicato, a volte, negativamente.

In questo testo, però, vorremmo analizzare soltanto gli esempi che al momento ci sembrano positivi e in cui l'aspetto fisico ha comunque giocato un ruolo importante. Vogliamo parlare di attrazione come presunto elemento di speranza, anche se è difficile dire se quest'ultima sarà stata, poi, ben riposta. Lascero accuratamente da parte, quegli esempi di ascendente esercitato su masse dalla coscienza paralizzata da parte di uomini che pensavano di essere dei e che poi la Storia ha smascherato per rivelarci come criminali o furbi imbrogliatori in doppio petto. Qui, vorrei parlare di Bellezza o almeno di quella che, al momento, ci sembra tale.

**Ci sono persone che suscitano in noi un sentimento di resa istintiva**, un'attrazione contagiosa che ci immerge nella fiumana di un seguito consenziente. Sono figure che risvegliano in noi una nostalgia metafisica di una assoluta, disinvolta scioltezza dell'Essere. Sono immagini che vorremmo emulare, assorbire, ma che restano inarrivabili proprio a causa della loro infinita disponibilità. Ed è questo che ci attrae, quel poter desiderare che il nostro idolo ci tocchi la mano, chissà mai, a noi così sconosciuti in una folla di sconosciuti. Si tratta di un'immagine in cui riconoscerci e che pensiamo ci toglierà dalla solitudine e dalla mancanza di fatti e detti e, così, ci fissiamo su chi sarà il predestinato a riempire la nostra solitudine, quello che ci farà uscire dal nostro centro svuotato per librarci proprio incontro a lui, noi tutti insieme. Noi con lui. Non dovrà deluderci, però. Non potremmo perdonarglielo perché ci dimostrerà che abbiamo sbagliato, non lui, ma proprio noi. Ci mostrerà che ci illudevamo, che abbiamo fallito nella scelta, che non abbiamo partecipato a niente, o peggio, che abbiamo partecipato al male. A noi toccherebbe l'espiazione e dovremmo così rientrare nella

gabbia del nostro centro chiuso e nevrotico e attendere che un altro si ripresenti, per riprovarci, perché il bisogno resta e si palesa nel serpeggiare dello scontento che porterà alla ricerca di un nuovo leader. Abbiamo davvero necessità di amare qualcuno che ci sovrasti. Abbiamo bisogno di eroi e di dei e delle loro leggende. Siamo fatti così. Se ci sentiamo orfani di un idolo, ci troviamo costretti a produrne un altro. Lo scontento si manifesta, ad esempio, nella ricerca di una spiritualità che poi ci fa osannare un uomo che immaginiamo santo. Si esprime nella frustrazione di una sensualità non soddisfatta che ci rende fanatici di un personaggio dello spettacolo. Parliamo, quindi, di qualcuno che si proponga davanti a noi con certi requisiti e ci chieda di eleggerlo, di selezionarlo secondo canoni democratici e in libertà, per quanto essa sia possibile. La maggioranza della gente vuole l'illusione di avere scelto qualcuno liberamente. A volte, questa libertà viene snaturata, manipolata artatamente. Eppure, **Quanto sarebbe meraviglioso il fenomeno della preferenza spontanea**, non politicamente sollecitata. Quanto è commovente pensare che un individuo sarà libero di andare al cinema o a un concerto o in una cabina elettorale e poi affermare liberamente: "quello lì mi piace". In Televisione i personaggi possono essere ammantati di un'immagine politica, le tecniche di presentazione possono avere il potere di fuorviarci offrendoci qualcos'altro oltre al loro aspetto e alla loro personalità. Al Cinema, forse, ci troviamo più liberi, perché se ci piacciono George Clooney o Angelina Jolie, ci piacciono e basta. Nessuno ci spinge a cambiare gusti. Ma quanto siamo liberi e spontanei, quando invece, andiamo a scegliere il leader della nostra nazione?

Torniamo, quindi, al leader politico e prendiamo come esempio principe il fenomeno sociale che ha portato un individuo al vertice della piramide sociale di una nazione potente come gli Stati Uniti d'America: **Barack Obama**.

## 1.2. Il presidente provvidenziale

Leggo in un vecchio libro di mitologia greca: "Così erano compiute le dodici fatiche di Ercole. Euristeo non poteva ormai dargli altri comandi. Ma l'eroe era sempre perseguitato da Giunone, ed altre tristezze, altri dolori, altre fatiche lo attendevano ancora". Ed ecco, l'eroe vincente, il superuomo piegato dal fato, costretto a doversi eternamente

misurare con una realtà che lo sovrastava e lo sfidava. Il successo raggiunto chiede il prezzo del perpetuo confronto con esso.

La domanda era: “Chi ha saputo conquistare le folle, come ci è riuscito? E il suo aspetto fisico quanto ha influito su questa conquista?” Nell’attualità, un esempio per tutti: l’attrazione esercitata da **Barack Obama**. Un esempio di successo globale. Ma poi? E in origine, quali sono stati gli elementi costitutivi del consenso ottenuto da quello che oggi è l’uomo più potente del mondo?

Le ragioni sono molteplici e si riferiscono a un fenomeno che potremmo sintetizzare con la definizione di “corpo individuale-corpo sociale”, che corrisponde alla somma dei due aspetti dello sviluppo umano, quello “filogenetico”, ossia la crescita dell’individuo fino alla sua esistenza conscia nella società, e quello “ontogenetico”, ossia la crescita della società dall’orda primitiva fino allo stato civilizzato completamente costituito. Per essere più comprensibili bisognerà fare un esempio: prendiamo un individuo che, nel suo salotto, discuta di calcio con un amico, ebbene questo potrà accalorarsi ma, per quanta passione lo animi, la sua sfera di azione sarà comunque limitata, anche se contagiosa, perché come singolo conosce più o meno bene la distinzione tra realtà e piacere e quindi i limiti e le regole alle quali deve attenersi. Prendiamo poi lo stesso individuo e immergiamolo dentro la folla di uno stadio, un volto indistinto tra diecimila persone. Se una metà di queste avessero la stessa idea dell’uno, assisteremmo allora a una esplosione corale in cui l’idea diventerebbe fanatismo e quindi eccesso di azione contro la metà che proclamasse un’idea opposta... In questo caso la barriera tra realtà e piacere diventerebbe labile e l’istinto primitivo di sopraffazione e di soddisfazione del piacere potrebbe avere il sopravvento.

Il corpo sociale costituisce una forza difficilmente governabile perché **la sua capacità di desiderio e la potenza delle sue aspettative non stanno tanto nel numero dei componenti quanto nella loro formidabile coesione atomica**. D’altra parte, possiamo dimostrare che un corpo sociale è formato da **individualità che possono contagiarsi anche senza trovarsi riunite in un unico spazio**, persino senza l’appoggio di una cassa di risonanza come potrebbe essere la Televisione oppure Internet.

Nel caso di Obama, tuttavia, la rete telematica ha costituito l’elemento trainante, il veicolo del virus passato epidemiologicamente a folle sterminate mescolando il personale al sociale e ancora oggi ha un

seguito iperbolico di internauti che navigano in ogni parte del mondo in cerca di foto, di video, di notizie dell'ultim'ora o anche per ripercorrerne la storia.

I motivi sociali che possiamo individuare in relazione al massiccio consenso ottenuto da Obama vengono inevitabilmente dall'oggi, ma affondano le radici in un recente e in un lontano passato: radici come la storia stessa della nazione con luci e ombre distese fino a soverchiare il presente; come la solitudine dell'individuo deluso senza un altro da amare collettivamente; come il sentimento di esasperato disagio delle classi popolari e di quelle economicamente al di sotto della soglia della povertà e anche il disagio delle classi medie che le ha spinte alla ricerca di una provvidenziale mediazione; come, inoltre, l'evidenza del fallimento di un certo sistema economico; la paura delle sventure del presente e che si pensa siano annidate nel domani. Da qui, il desiderio spasmodico di precipitarsi subito, prima possibile, nell'avvenire, in un futuro riparatore senza darsi nemmeno la pena di riflettere. Una somma di emozioni negative vissute in massa che ha indotto alla focalizzazione su chi si manifestava come modello alternativo, su chi stava mostrando **come un temperamento possa diventare destino** in una concezione di esistenza senza confini tra etica ed estetica. Ma siamo ancora lontani dal descrivere le ragioni del successo che attengono all'aspetto fisico del Presidente degli Stati Uniti d'America, stiamo adesso parlando di forza delle idee e della forza con cui vengono comunicate. Per ora, in questa dissertazione, l'"appeal" dell'immagine corporea attende nel campo del valore aggiunto, di quell'opzione di cui ampiamente discuteremo. Restiamo, allora, nello spazio in cui si definisce come un pensiero possa diventare carisma e perciò costituire **la** risposta a una domanda corale, prescindendo dall'immagine fisica.

### 1.3. L'assenza di corporeità

A volte, basta un pensiero talmente forte da prescindere dall'immagine del corpo fisico. Tuttavia, nella contemporanea cosiddetta "civiltà delle immagini" assieme alle idee ci si trascina dietro, anzi avanti, inevitabilmente, l'aspetto esteriore come potentissimo mezzo di comunicazione di quelle idee che può moltiplicarsi in modo esponenziale e simultaneamente in ogni angolo di mondo. Attualmente, Internet, la