# La società della seduzione

Vanni Codeluppi
15 Aprile 2019

L'ultimo libro del sociologo francese Gilles Lipovetsky – *Piacere e colpire. La società della seduzione* (Cortina) – si occupa in maniera approfondita della seduzione. Il tema trattato da questo libro viene spesso considerato futile e marginale, ma in realtà è particolarmente centrale all'interno delle società ipermoderne. E diversi autori se ne sono interessati, a cominciare da Jean Baudrillard, che anni fa ha dedicato all'argomento il celebre volume *Della seduzione* (SE). La tesi di Lipovetsky è piuttosto semplice: le società occidentali avanzate sono entrate in una fase talmente dominata da un modello seduttivo che si può considerarle come delle vere e proprie "società della seduzione". Queste infatti per Lipovetsky sono organizzazioni sociali all'interno delle quali domina un modello culturale che incita costantemente le persone a mettersi in mostra, ad abbellirsi e a presentarsi al meglio.

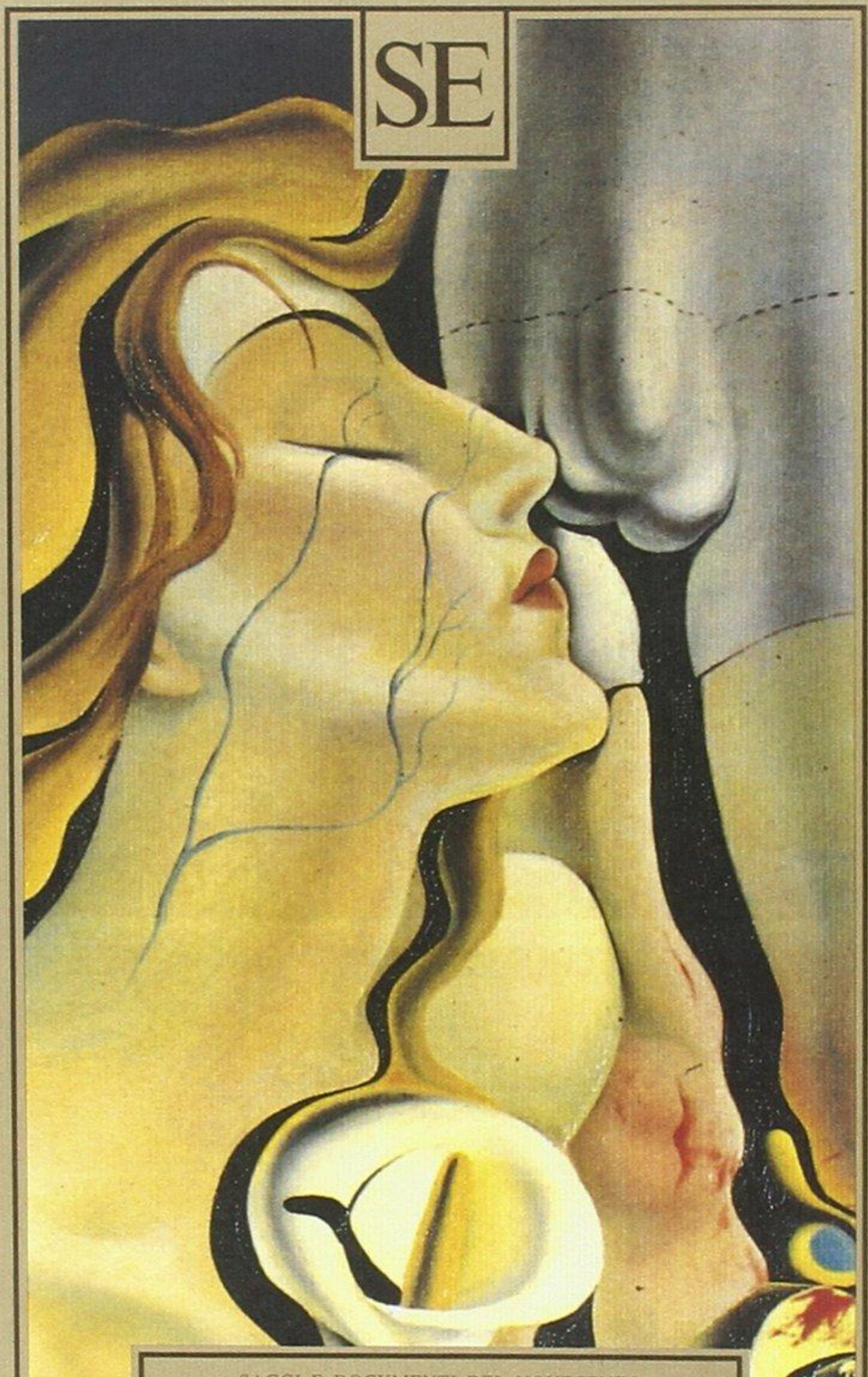
La seduzione, naturalmente, prima di tutto si è diffusa nell'ambito delle relazioni affettive. Per il sociologo francese, la seduzione si è modificata, non è più quella classica e tradizionale, ma proprio grazie a questa sua capacità di adattamento si è totalmente affermata. Così oggi il matrimonio non è più combinato e imposto, ma basato sulla seduzione. Prima prendere un impegno di tipo matrimoniale, si vuole essere sedotti.

Ma Lipovetsky è convinto anche che nelle società contemporanee la seduzione si è diffusa ovunque, nella vita sessuale come nel mondo delle merci, nell'industria culturale come nell'ambito della politica. Perché, come ha scritto nel suo volume, "Il principio seduzione si impone come una logica onnipresente e trans-settoriale poiché ha il potere di riorganizzare il potere delle sfere dominanti della vita sociale e di riorganizzare da cima a fondo i modi di vivere, oltreché le modalità della coesistenza degli individui" (p. 14).

Ne deriva che il tradizionale capitalismo consumistico tende progressivamente a trasformarsi in un capitalismo seduttivo. Quel modello economico e culturale di tipo consumistico che si è diffuso in tutto l'Occidente a partire dagli anni Cinquanta e Sessanta del Novecento appare infatti essere oggi egemonizzato da

una vera e propria “iperseduzione”. Cioè da una crescente intensificazione della seduzione resa possibile dalla progressiva fusione di questa con il linguaggio del consumo.

A ben vedere, Lipovetsky aveva già sostenuto in precedenza delle idee simili. L’aveva fatto, ad esempio, nel 2007, con il libro *Una felicità paradossale* (Cortina), e anche nel 2013, con il volume *L’estetizzazione del mondo*, scritto insieme a Jean Serroy e tradotto in Italia nel 2017 da Sellerio. Ma è stato soprattutto all’interno del saggio *L’impero dell’effimero* (uscito in Francia nel 1987 e pubblicato in Italia da Garzanti nel 1989) che Lipovetsky ha formulato delle idee decisamente in sintonia con quelle presenti in *Piacere e colpire*. In tale volume, ha cercato infatti di dimostrare che la società dei consumi è caratterizzata da una progressiva diffusione della “forma moda”, ovvero dalla capacità della moda di rimodellare a sua immagine l’intera società. Secondo tale autore, la moda non è sempre esistita, ma è nata solamente alla fine del Medioevo e ha progressivamente imposto nel corso dei secoli i suoi modelli del rinnovamento frenetico e della diversificazione. Le aziende sono state perciò condannate a produrre delle innovazioni per non essere inesorabilmente emarginate dal mercato. Allo stesso tempo, il consumatore ha dovuto imparare a sviluppare un rapporto di tipo ludico con i prodotti, perché quello che importa nei beni è soprattutto il carattere di novità posseduto, anche se tale carattere a volte è più comunicato che reale, più basato su modeste innovazioni “di facciata” che sostanziale.



SE

SAGGI E DOCUMENTI DEL NOVECENTO

JEAN BAUDRILLARD

Come si è detto, per Lipovetsky la tentacolare *forma moda*, similmente al modello della seduzione, ha inglobato tutto quello che esiste nella società: la cultura mediatica, la pubblicità, la politica, la musica, ecc. E ha accelerato il tempo di vita di tutti i beni, rendendoli obsoleti dal punto di vista comunicativo, incrementando perciò il bisogno di nuovi prodotti. Probabilmente, negli euforici anni Ottanta, quando Lipovetsky parlava della moda in questi termini, ciò poteva sembrare convincente, ma oggi appare evidente che è soprattutto la comunicazione che tende ad invadere l'intero sociale e a imporre in ogni ambito la sua legge basata sul rinnovamento continuo. Che cosa sono infatti quelle specifiche caratteristiche d'imitazione e differenziazione che Georg Simmel attribuiva ai fenomeni di moda se non una testimonianza della presenza di processi di comunicazione personale all'interno dell'arena sociale? La definizione e il mantenimento dell'identità personale richiedono infatti al singolo individuo di adottare una propria strategia comunicativa. Il che evidentemente porta anche a un crescente utilizzo di strumenti di tipo seduttivo.

Secondo Lipovetsky, l'iperseduzione contemporanea svolge un ruolo sociale particolarmente significativo e pertanto non va eliminata, nonostante le numerose conseguenze negative che produce nella società, a cominciare dalla crescita dei livelli d'insicurezza e di ansia nelle persone per arrivare agli effetti dannosi riguardanti l'ambiente naturale e generati dalla sua elevata stimolazione esercitata sui comportamenti di consumo. Semmai, la seduzione va corretta e "riparata", cercando di arricchirne il linguaggio e limitandone gli eccessi.

E poi va considerato, come sostiene lo stesso Lipovetsky in *Piacere e colpire*, che la seduzione è dotata anche della capacità di generare una forza positiva per le persone e la società, quella potenza motrice che è indispensabile per stimolare l'azione degli esseri umani, lo sviluppo dell'innovazione e della creatività. Il che, anche per questo motivo, ci porta a doverla considerare non tanto il regno dell'apparenza e dell'illusione, come spesso si è sostenuto in passato, ma una componente ineliminabile del funzionamento delle società contemporanee.

Come spesso fa nelle sue analisi, dunque Lipovetsky ha cercato anche per la seduzione di mettere in evidenza in maniera equilibrata gli aspetti positivi e quelli negativi di tale fenomeno sociale. Lasciando così al lettore la possibilità di scegliere dove andare a collocarsi.

71gmc9gxrhl.jpg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO