

PSICOLOGIA DELLA MODA
UN NUOVO AMBITO DI LAVORO

Dr. Paola Pizza



Questo e-book è rivolto agli psicologi che desiderano ampliare il loro campo di lavoro con la psicologia della moda. L'obiettivo è svelare il lessico inconscio che si esprime attraverso la moda: l'abbigliamento è infatti uno dei linguaggi che collegano corpo e psiche.

L'autrice compie un viaggio nei vari aspetti che gli psicologi della moda devono considerare per cogliere i legami con l'inconscio e per aiutare i clienti a comunicare il loro vero sé. Il libro fornisce prospettive che aiutano a inquadrare il fenomeno moda e a individuare metodi di intervento.

A partire da questa chiave di lettura gli psicologi potranno costruire strumenti di analisi adeguati ad una consulenza di psicologia della moda.

Dr. Paola Pizza, psicologa della moda, iscritta all'Ordine degli Psicologi della Toscana, specializzata in Psicologia Sociale Analitica di Gruppo presso l'IPSA (Istituto di Psicologia Sociale Analitica) di Venezia. È consulente aziendale e coach individuale. È stata professore a contratto alla Facoltà di Scienze Politiche dell'Università di Firenze dove ha insegnato *Psicologia Sociale* e *Teoria e tecniche del colloquio psicologico*, e al Polimoda dove, per oltre 20 anni, ha insegnato *Psicologia sociale della moda*, *Psicologia dei consumi di moda*, *Psicologia della vendita*. È autrice di varie pubblicazioni tra cui, *Psicologia sociale della moda. Abbigliamento e identità*, Verona, QuiEdit, 2010; *Abiti e tacchi. Il potere della moda*, Verona, QuiEdit, 2016 e del blog: www.psicologiadellamoda.com

INDICE

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Il linguaggio inconscio degli abiti: considerazioni introduttive | 5 |
| 1.1 | Corpo e psiche | 5 |
| 1.2 | Psicologia e moda | 7 |
| 1.3 | Il potere della moda | 9 |
| 1.4 | Il ruolo dell'immagine: da apparire in forma a sentirsi in forma | 11 |
| 1.5 | Un viaggio nella psicologia della moda: il piano del libro | 15 |
| 2 | La moda come io-pelle | 17 |
| 2.1 | La seconda pelle | 17 |
| 2.2 | Le otto funzioni degli abiti come io-pelle | 21 |
| 2.3 | Abiti e accessori come manifesto da indossare | 23 |
| 2.4 | L'abbigliamento come scudo protettivo | 25 |
| 3 | La moda come autocostruzione del sé | 28 |
| 3.1 | Corpo e identità | 28 |
| 3.2 | L'autopresentazione di sé | 30 |
| 3.3 | L'io e l'identità nella moda | 31 |
| 3.4 | La brand identity | 36 |
| 3.5 | Principio del piacere e principio di realtà nel rapporto con la moda | 39 |
| 3.6 | Narcisismo e moda | 41 |
| 3.7 | Gli abiti come corazza | 45 |
| 4 | La moda come fenomeno sociale | 46 |
| 4.2 | Dall'individuo alla società | 46 |
| 4.3 | Gli obiettivi nella moda | 49 |
| 4.4 | L'identità come collegamento con la società | 52 |
| 4.5 | Social cognition e moda | 54 |
| 4.6 | I processi di influenza nella moda | 57 |
| 4.7 | La moda come comunicazione relazionale | 59 |
| 5 | La moda come istituzione: la psicologia sociale analitica | 61 |
| 5.1 | La moda come ambito di mediazione tra individuo e società | 61 |
| 5.2 | Le funzioni della moda come istituzione | 63 |
| 5.3 | La moda come trama istituzionale | 68 |
| 5.4 | La moda come rappresentazione sociale | 71 |
| 6 | La moda come linguaggio | 73 |
| 6.1 | Interpretare il sogno contenuto nella moda | 73 |
| 6.2 | Analisi psicoanalitica del linguaggio affettivo della moda | 76 |
| 6.3 | La compensazione di angosce e paure | 77 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 6.4 | I codici affettivi parlati dagli oggetti moda | 79 |
| 7 | La moda assertiva: il mio modello di intervento | 82 |
| 7.1 | Training assertivo con la moda | 82 |
| 7.2 | Psycho Styling | 88 |
| 7.3 | L'analisi dell'armadio | 92 |
| 8 | Psicologi della moda: il campo di lavoro | 97 |
| 8.1 | Il link tra psicologia e moda | 97 |
| 8.2 | Clienti e non pazienti | 100 |
| 8.3 | Le aree di intervento della psicologia della moda | |
| 8.4 | La formazione necessaria per occuparsi di psicologia della moda | 102 |
| | Bibliografia | 104 |
| | Sitografia | 108 |

1.5 Un viaggio nella psicologia della moda: il piano del libro

Questo e-book è un viaggio nei vari aspetti che gli psicologi della moda devono considerare per cogliere i legami con l'inconscio e aiutare i clienti a usare la moda per comunicare il vero sé. Il libro fornisce angoli visuali che aiutano a inquadrare il fenomeno moda e a individuare metodi di intervento.

A partire da questa chiave di lettura gli psicologi potranno utilizzare la propria formazione e la propria sensibilità per costruire strumenti di analisi adeguati ad una consulenza di psicologia della moda.

Questo primo capitolo, **Il linguaggio inconscio degli abiti: considerazioni introduttive**, ha l'obiettivo di inquadrare l'approccio psicologico alla moda, partendo dal rapporto tra corpo e psiche.

Il secondo capitolo, **La moda come io-pelle**, si basa sul concetto di pelle come superficie di separazione e di iscrizione, e come contenitore delle parti interne.

Il terzo capitolo, **La moda come autocostruzione del sé**, parla del rapporto tra corpo e identità e di come la moda costituisca uno strumento per comunicare il sé agli altri.

Il quarto capitolo, **La moda come fenomeno sociale**, analizza la moda in base ai cinque temi cardine della psicologia sociale: obiettivi, identità, conoscenza, influenza, comunicazione relazionale.

Il quinto capitolo, **La moda come istituzione: la psicologia sociale analitica**, collega psicoanalisi e psicologia sociale, considerando la moda come strumento di mediazione tra individuo e società e mettendo in luce gli aspetti legati all'appartenenza a un gruppo e al rapporto tra i diversi gruppi.

Il sesto capitolo, **La moda come linguaggio**, si basa sul sogno contenuto nella moda e sui contenuti simbolici dei prodotti moda analizzati attraverso l'analisi psicoanalitica del linguaggio.

Il settimo capitolo, **La moda assertiva**, parla del mio modello di intervento, che ha l'obiettivo di promuovere un **rapporto assertivo con la moda**.

L'ottavo e ultimo capitolo, **Psicologi della moda: il campo di lavoro**, definisce le competenze e gli ambiti di lavoro di questa nicchia professionale che mi auguro sia sempre più esplorata dagli psicologi.

Buona lettura!