



*L'abito fa il Monaco, ma fa anche l'Avvocato, il Metalmeccanico,
il Commercialista, ma occhio alla persona in sé*

L'abito fa il Monaco e ancor più il Monsignore

“L'abito non fa il monaco”. E' un modo di dire dal significato assolutamente intuitivo che tende a sottolineare come si debba diffidare delle apparenze perché spesso ingannano; non sono solo le parole né gli atteggiamenti esteriori di una persona le cose più importanti per conoscerla davvero.

L'origine del detto, come spesso accade, si perde lontano.

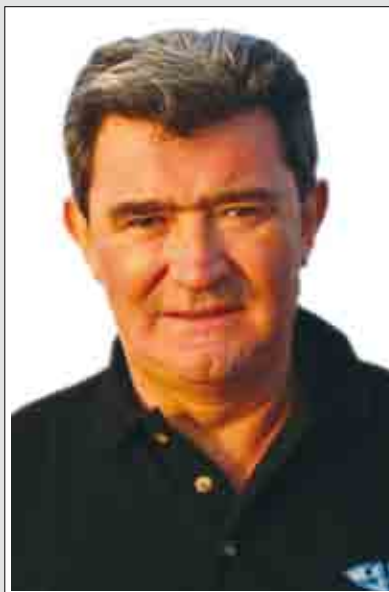
Molto probabilmente esso nasce da un più antico detto latino e cioè cucullus non facit monachum (il cappuccio non fa il monaco) dal quale a sua volta trae origine il cosiddetto “ammonimento di Sant'Anselmo” dell'XI secolo, il quale recitava: non tonsura facit monachum... sed virtus animi (non è la tonsura a fare il monaco... ma la virtù dell'animo).

di Giacomo Comincioli

Le apparenze non sempre ingannano

Il nostro aspetto dice tanto di noi, a volte più di quello che potremmo sospettare. La domanda è vecchia: **possiamo davvero giudicare la personalità di una persona dall'aspetto esteriore?** Sì. Secondo molti ricercatori le analisi che si basano sulle apparenze sono generalmente molto affidabili.

E' sbagliato tuttavia lanciare pregiudizi (“giudicare prima di conoscere”, è sempre scorretto) ma non sempre è ininfluenza nella formazione del giudizio, in chi ci sta di fronte, il modo di vestire, di parlare, di assumere posture, di fare gesti, smorfie, di guardare, di muovere gli occhi. I linguaggi non verbali hanno



Giacomo Comincioli

una grande importanza nelle relazioni, nei rapporti con il prossimo.

Il nostro carattere e le nostre idee modificano anche il modo con cui gestiamo il nostro corpo e la nostra immagine. Ovvero, la nostra personalità emerge anche attraverso l'aspetto, in modo particolarmente determinato. Ad esempio, la nostra esteriorità a volte evidenzia il nostro ruolo sociale. Banalmente, pensiamo ad un manager in rapida ascesa: la sua immagine trasmetterà peculiarità come ambizione, autostima, capacità di decisione, ordine e leadership.

Tuttavia, si tratta di una regola che non è sempre valida: esiste anche un fenomeno di mimetismo caratteriale che può portarci fuori strada.

L'abito non fa il monaco, ma influenza la prima impressione. Un professionista cura nel dettaglio la costruzione di una buona prima impressione. Non comunichiamo soltanto con il linguaggio verbale, ma conta anche il modo di vestire, tutto l'abbigliamento, il trucco, i gesti, e gli insiemi dei linguaggi non verbali. Pensiamo a quei ragazzi che si vestono con canoni totalmente contrari a quelli classici delle mode del momento: vogliono dire al mondo che loro sono "diversi", che non sono conformi alla moda, che sono anticonformisti e, quindi, esprimono un loro pensiero attraverso l'abbigliamento e il look.

Molti studi sono stati fatti sul significato di ogni tipo di abbinamento, colore, capo d'abbigliamento, taglio di capelli, trucco ecc.; quindi, oggi, abbiamo molte possibilità di utilizzare stili e forme di presenza a nostro piacimento per comunicare agli altri quello che siamo, che vogliamo essere o che vogliamo sembrare. **Sapersi vestire è saper comunicare.** E' un importante mezzo di comunicazione: impariamo ad utilizzarlo a nostro piacimento. Non è questione di una rincorsa della moda; è questione di stile.

La moda passa, lo stile resta.

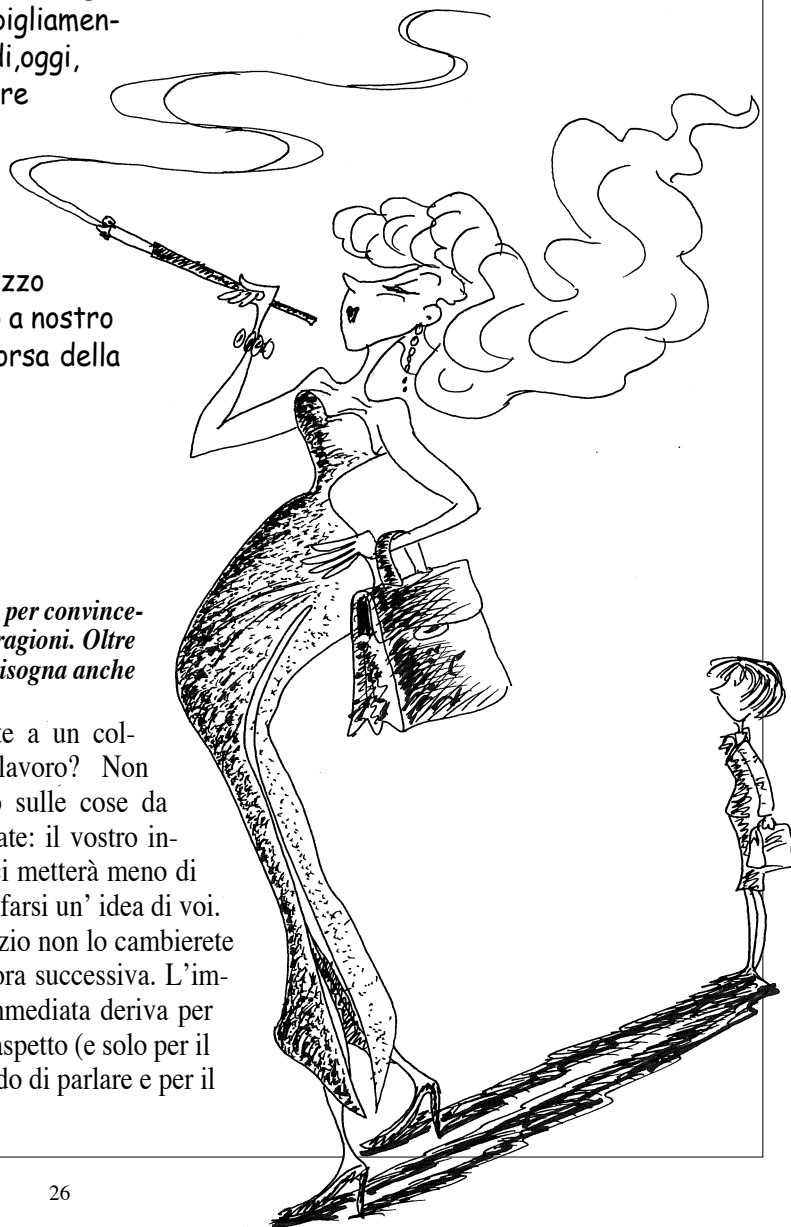
7% appena dal contenuto della conversazione).

Nei rapporti di lavoro, nelle relazioni dobbiamo mettere sui piatti di una ipotetica bilancia due pesi:

- **che cosa dico** (vale a dire il contenuto del messaggio);
- **come lo dico** (le forme della mia comunicazione: voce, ritmo, tono, volume e linguaggi non verbali quali: contatto visivo, gestualità, posizione e movimenti, non parole, pause, **abbigliamento**, humour, entusiasmo, gestione dello stress).

Non bastano, per convincere, le buone ragioni. Oltre ad "essere" bisogna anche "apparire"

Vi presentate a un colloquio di lavoro? Non puntate solo sulle cose da dire. Ricordate: il vostro interlocutore ci metterà meno di un minuto a farsi un'idea di voi. E quel giudizio non lo cambierete nella mezz'ora successiva. L'impressione immediata deriva per il 55% dall'aspetto (e solo per il 38% dal modo di parlare e per il



Come si dovrebbe vestire un professionista

L'abito non farà il monaco, ma fa sicuramente il professionista. Studi consolidati hanno infatti dimostrato come l'opinione di chi abbiamo di fronte si formi nei primissimi secondi dalla presentazione e questo determina, quindi, la necessità di un abbigliamento sobrio e rigoroso quando la circostanza lo richieda.

La prima, indelebile impressione che abbiamo di una persona si forma in sette secondi. In un battito di ciglia chi abbiamo davanti ci prende le misure e ci taglia letteralmente i panni addosso. Si tratta, in sostanza, di imparare a scegliere abiti e accessori in grado di veicolare messaggi come autorevolezza, autostima, affidabilità, creatività, simpatia in base a rapporti o attività che si vogliono intraprendere. Vediamo, dunque, in rapida successione, alcuni suggerimenti per evitare di "toppare" un appuntamento importante.

L'abito deve essere in sintonia con le persone che abbiamo di fronte. Se abbiamo di fronte un gruppo di giovani in camicia estiva potremmo ricorrere ad un abito sportivo; l'eventuale doppio petto blu potrebbe accentuare la diversità con l'uditorio rafforzando possibili barriere psicologiche. Il fenomeno opposto lo si vivrebbe presentandosi in abiti casual a un meeting molto formale.

Per gli uomini, un copione di abbigliamento formale nei rapporti di lavoro consiglia:

- evitare il doppiopetto o il gessato con righe troppo larghe;
- le scarpe mai più chiare dell'abito. Sono bandite calzature sportive e stivali;
- per il colore della cravatta non si può sbagliare con i classici blu, grigio e bordeaux. Da evitare le stampe, i disegni e le tonalità rosate;
 - calzino rigorosamente lungo e scuro;
 - giacca con cravatta;
 - l'abito non deve essere troppo appariscente (deve essere adatto alla persona e farla sentire a proprio agio davanti ai suoi interlocutori);
 - è opportuno eliminare gli "status symbol" (anelli, orologi strani, catene vistose) e tutto ciò che di stravagante può creare diffidenza o distrazione con i nostri interlocutori o clienti.

Per le donne il problema dell'abbigliamento è più delicato che per l'uomo, non avendo la donna la possibilità di rifugiarsi nella classica divisa rappresentata da giacca e cravatta. Valgono più o meno dei principi quasi ovvi:

- vietati gli abiti troppo stretti, troppo scollati, troppo corti;
- tacchi ammessi fino a sette cm;
- gioielli distribuiti con parsimonia ed eleganza: no a cianfrusaglie tintinnanti;
- profumo e make-up leggeri;
- no a trucchi eccentrici.

Il secondo piatto peserà 13 volte più del primo (93% contro il 7% delle parole). Tra i diversi linguaggi prenderemo in considerazione alcuni aspetti del modo di vestire che potrebbero aiutare un professionista nel sentirsi a proprio agio riverberando altresì interesse e attenzione nei riguardi dei suoi interlocutori.

L'abito che indossiamo parla e racconta agli altri il nostro inconscio.

L'abito è una seconda pelle. Un abito di scena. Un mantello per nascondere oppure rivelare solo quel che si desidera, barando anche un poco. Il vestito che indossiamo può essere tutto questo e non solo: con un linguaggio, che parla attraverso forme e colori, l'abito racconta agli altri quel che di noi è più occulto ed inconscio. L'abito è la corazza della condizione fisica, sociale, morale e culturale. E' la speranza, più o meno fondata, che ognuno di noi nutre verso se stesso, e allo stesso tempo è la misura, l'immagine e il valore dei rapporti interpersonali.

L'abito ci protegge dal pericolo, psicologico e pratico. Ci esenta dal rischio di non avere sufficiente autorevolezza, preserva la nostra incolumità fisica, il nostro eventuale carisma e la nostra presenza sociale. Abitare dentro un abito significa abitare bene dentro se stessi, sentirsi con sicurezza a proprio agio, anche nascondendosi un po'.

Tentazioni e relazioni tra alcuni tratti della personalità e la scelta dei vestiti

Fuori dal mondo del lavoro vorremmo essere diversi rispetto a quanto la professione ci impone come cliché. Vorremmo spogliarci e indossare nuovi panni per recuperare quanto perso nella giornata. Con i nuovi vestiti vorremmo piacere di più a noi stessi, poter giocare nel nostro ambiente più familiare, più intimo, più libero. Il vestito può celare o mostrare, divenendo l'abito di scena col quale ci presentiamo sul

palcoscenico del mondo, ma anche uno strumento di tortura, di libido e seduzione capace di svelare tensioni nascoste o coprire, all'occorrenza, il vuoto interiore dominante.

Come accade con le maschere, infatti, l'abito può anche occultare carenze personali, confondendo l'osservatore. La funzione dell'abito non è, dunque, solo quella di proteggerci dal freddo; esso ne svolge molte altre più importanti: informa gli altri sul nostro status sociale, sull'appartenenza culturale e, perché no, sul nostro umore. Gli abiti, dunque, sono un modo per comunicare, a volte anche in modo inconsapevole e mandano significative informazioni a chi le sa cogliere.

Giacomo Comincioli
Psicologo

