

MODA & MODE

Tradizioni e Innovazione (secoli XI-XXI)

a cura di Maria Rosaria Pelizzari

Vol. I. LINGUAGGI

Indice

Introduzione, di Maria Rosaria Pelizzari	9
Parte prima. Contesti a cura di Claudio Azzara	
Introduzione, di Claudio Azzara	23
1. Barbare vesti. L'abbigliamento fra identità etnica e acculturazione romana nei regni altomedievali: il caso longobardo, di Claudio Azzara	25
2. Adeguare le pompe all'i[em]pi procellosi. Leggi suntuarie e carestie nella Ragusa (Dubrovnik) del XVI secolo, di Stefano D'Atri	33
3. Vestimenti valdesi d'età medievale e prima età moderna, di Alfonso Tortora	42
4. Per una storia sociale del ventaglio, di Francesco Barra	51
5. Moda e mode: linguaggi e significati dell'esser bambino e bambina nel tempo, di Fabiana Quatrano	58

6. Garofani verdi, cappelli in feltro e guanti rosa. Per una fenomenologia della moda dandy, di Alfonso Amendola	67
---	----

**Parte seconda. Letteratura
a cura di Milena Montanile**

Introduzione, di Milena Montanile	83
1. “Vestire riccamente con garbo e con giudizio”. Lezioni di moda e di comportamento ne <i>La Raffaella</i> di Alessandro Piccolomini (1539), di Milena Montanile	87
2. Parole della moda nella letteratura dialettale di area campana tra Cinquecento e Seicento, di Rosa Troiano e Paola Nigro	96
3. Suggestioni goldoniane: tra moda, scene e costumi, di Carmela Citro	107
4. Il fascino del tabarro in <i>L'abito fa il monaco</i> (1874) di Gottfried Keller, di Antonella Catone	115
5. La femme fatale nelle opere dannunziane, di Eleonora Rimolo	124
6. Oggetti della moda e mode-oggetto. Quando Pasolini urlava contro la modernità, di Giancarlo Guercio	135

**Parte terza. Rappresentazioni
a cura di Emiliana Mangone**

Introduzione, di Emiliana Mangone	195
--------------------------------------	-----

1. <i>Mode: merci, feticci e forme di vita</i> , di Adalgiso Amendola	201
2. Riviste napoletane di moda tra Ottocento e Novecento, di Maria Consiglia Napoli	212
3. Lo spazio della moda nelle riviste illustrate tra l'Ottocento e gli anni Trenta del Novecento, di Wilma Leone	222
4. Il paradiso delle signore: mode, ruoli di genere e bon ton nell'Italia degli anni Sessanta, di Maria Rosaria Pelizzari	232
2. Parole della moda, parole alla moda: prestiti e neologismi nella rivista <i>Vogue</i> in versione francese e italiana, di Michele Bevilacqua	247
3. "Moda" e "Media". La rappresentazione della donna nelle riviste di moda: frames mediatici a confronto, di Emanuela Pece	261

**Parte quarta. Costumi di scena
a cura di Annamaria Sapienza**

Introduzione, di Annamaria Sapienza	273
1. Divismo, moda e classi sociali nel cinema italiano d'inizio Novecento, di Pasquale Iaccio	277
2. Assimilazione e distacco tra moda e costume teatrale nel teatro del Rinascimento e dell'età barocca, di Isabella Innamorati	287
3. Il re in scena: il costume elisabettiano tra politica e rappresentazione, di Antonella Piazza	296

4. Paesaggio e look metropolitano tra sperimentazione e nuova spettacolarità, di Annamaria Sapienza	307
5. L'estetica performativa di David Bowie e Lady Gaga, tra moda, costume di scena e costruzione della stage persona, di Grazia D'Arienzo	317
6. Cucire l'immaginario. Arte e moda alla prova dell'ibridazione dei linguaggi, di Maria Giovanna Mancini	328
Indice dei nomi	339
Gli autori	345

Introduzione

di Maria Rosaria Pelizzari

La moda sollecita chi desidera mettersi in mostra;
futile e irrequieta, da sempre essa ha animato i commerci,
ha incarnato il cambiamento.
Per l'Occidente, la moda è stata una maestra di civiltà.
(Roche, 1991)

La moda investe ogni spazio della vita quotidiana e interessa non solo gli ambienti legati ai processi creativi e produttivi, ma anche gli osservatori e gli storici dei fenomeni economici, politici e artistici e tutti coloro che vogliono meglio comprendere il mondo di oggi. Espressione di ciò che culturalmente persiste e di ciò che varia nel tempo e nello spazio, la storia del vestiario e delle mode racconta il cambiamento. Nelle *Strutture del quotidiano* Fernand Braudel ha mostrato come, attraverso l'analisi di abiti e consuetudini, si possa operare, nel tempo, una distinzione tra le "stabili" società dell'Oriente e le "mobili" società dell'Occidente. Le prime, conservatrici quanto ad abitudini e fogge, in cui soltanto i grandi sconvolgimenti politici determinano il cambiamento, e le seconde, trascinate, invece, dalle "follie della moda" (Braudel, 1982; Roche, 1991).

La moda e le mode rappresentano un tema unificante, di fronte al quale gli sguardi possono, direi devono, essere differenti, per rendere più ricco il quadro generale che si intende ricostruire. In queste pagine, infatti, esse sono osservate da una pluralità di punti di vista al fine di esaminare il sistema moda nel lungo periodo e nelle sue varie componenti: l'evoluzione del gusto e dei codici di abbigliamento, gli orientamenti e i condizionamenti della produzione e del mercato, l'evoluzione delle tecnologie e dei tessuti, i rapporti dei modi di vestire con i diversi contesti sociali, culturali e politici. Sociologia e psicologia, storia dell'arte e del costume, linguistica e letteratura, economia e scienze della comunicazione concorrono ad approfondire il fenomeno moda come esperienza ed espressione della modernità (Simmel, 2015; Wilson, 2008; Muzzarelli, 2013).

Nei tre volumi, che compongono l'opera *MODA&MODE*, gli elementi tecnici si intrecciano, pertanto, con quelli storico-culturali, giuridici e sociali, economici e tecnologici, affrontati da 79 autori, perlopiù docenti e ricercatori dell'Università degli Studi di Salerno, ma anche studiosi di altre università

ed esperti del settore. L'obiettivo è quello di descrivere e interpretare, da un lato, le trasformazioni che la presenza della moda induce, dall'altro, le conseguenze, nonché il potenziale trasformativo, che essa è in grado di esprimere. Si guarda alla moda attraverso l'analisi del suo impatto sul mercato, sulla società, sul benessere sociale, passando attraverso il concetto di eco-fashion, di mode alimentari (con un focus sulla nostra dieta mediterranea), fino ad arrivare a parlare del dialogo, da sempre esistente, tra la moda e i media: i linguaggi della letteratura, del teatro, dell'arte. L'arco temporale preso in considerazione è molto ampio in quanto va dall'XI al XXI secolo, dai regni altomedievali al futuro, già in atto, della stampa in 3D.

Non a caso, dialogano e si confrontano studiosi e studiose di storia moderna e contemporanea, di economia, diritto, arti figurative, cinema, teatro, letteratura e linguistica, accanto ad architetti, ingegneri, sociologi, pedagogisti ed esperti di alimentazione. Il focus del dibattito è proprio il tema delle relazioni fra la moda, intesa come fenomeno culturale ma anche come settore produttivo, il territorio e la città. Una lettura a più voci di un argomento apparentemente semplice. Ricco, invece, di aspetti insoliti che accompagnano il lettore in un affascinante viaggio tra presente e passato, tra pagine di letteratura e scene teatrali, rappresentazioni mediatiche e mercato, tessuti hi-tech, diete e modelli alimentari, luoghi della moda e ricerca di spazi di integrazione *attraverso* la moda. I tre volumi che compongono l'opera, anche se indipendenti l'uno dall'altro, costituiscono un formidabile lavoro di squadra di studiosi ed esperti del settore che hanno intrecciato le loro competenze. Un coinvolgente confronto per tracciare, attraverso l'individuazione di tre punti unificatori: linguaggi, sostenibilità, società, i mille volti con cui cultura e mentalità indirizzano scelte e influenzano l'opinione comune nella continua ricerca di un'identità, individuale e di gruppo, in grado di far superare disagi e presunte inadeguatezze per vivere, secondo un'espressione corrente, in perfetta linea con il *nostro* tempo.

Simbolo della vanità e delle apparenze tipiche dei tempi moderni e del consumismo, le mode si susseguono e muoiono in continuazione perché una moda, per affermarsi, ha bisogno che muoia quella che nel frattempo sta ancora vivendo. È per questo che la moda, riprendendo un celebre dialogo delle *Operette morali* di Giacomo Leopardi, è sorella della morte: entrambe figlie della caducità e immortali. Una caducità che, se riferita ai nostri corpi, si chiama "morte", se viene invece indicata per gli usi, i costumi, le pratiche, le abitudini, le idee o le opinioni è definita "moda". In questo senso, secondo Leopardi, la moda e la morte sono sorelle, sono cioè due aspetti o due nomi diversi della stessa realtà, che è appunto la caducità, il tempo o il divenire di tutte le cose. Moda e morte, dunque, possiedono in comune la forza e l'azio-

ne di rinnovare continuamente il mondo. E nel mondo delle merci, i produttori, insieme agli stessi consumatori, contribuiscono all'invecchiamento e alla sparizione di abiti, tessuti, accessori vari, anche quando sono ancora buoni da indossare. Per questo le case produttrici cambiano la moda ogni anno per fare invecchiare artificialmente i prodotti dell'abbigliamento che non sono ancora usurati (Barthes, 1970, 2006). Appare ormai ovvio che la moda non si limita all'azione di coprire i corpi o alla definizione di status symbol in linea con la società affluente e con il gioco delle apparenze ma coinvolge, di epoca in epoca, anche fede religiosa e ideologie (Simmel, 2015). E proprio una trasformazione radicale nel modo di vestire ha accompagnato il lungo percorso delle donne fuori dalle regole dei ruoli di genere verso la parità con gli uomini. La liberazione femminile ha portato, come è noto, una grande rivoluzione nella moda introducendo nel settore femminile capi di abbigliamento e accessori originariamente maschili. La parità fra i sessi, sul piano etico e sociale, ha portato, come riflesso, alla creazione dei capi *unisex*, un concetto sviluppatosi tra gli anni Sessanta e Settanta con l'emancipazione femminile e le ribellioni antiborghesi. In quegli anni si percepiva nella condivisione dell'abbigliamento il modo di trovare un punto di unione tra i due sessi.

Ne deriva lo stretto rapporto tra il fenomeno moda, l'appartenenza di genere e la costruzione sociale del maschile-femminile. La moda, del resto, è strumento di formazione di un'identità di genere, vista soprattutto come il risultato di pratiche interazionali e di consumo in cui gli attori la utilizzano, insieme all'abbigliamento, per "mettere in scena" il proprio ruolo sociale. In particolare, nel mondo giovanile, si rileva una tendenza all'avvicinamento dei codici vestimentari di ragazzi e ragazze, anche se ricerche *ad hoc* dimostrano come il loro rapporto con l'abito continui a essere diverso: esso è parte della propria identità per le giovani donne, maschera provvisoria e inautentica per i giovani uomini (Bovone e Ruggerone, 2006). Da qualche anno, ormai, il fenomeno della moda senza connotazioni di genere sta diventando globale. Non sembra che si tratti di una semplice tendenza moda. Viene definito "un vero e proprio movimento" che ha coinvolto i principali colossi del *fast-fashion* come H&M, Zara e Guess, che hanno scelto di lanciare nuove linee definite "no gender": collezioni che possono essere indossate indifferentemente dagli uomini e dalle donne. L'espressione "no gender" (o "agender", "genderless", "gender free", "gender neutral", "gender fluid") non va però confuso con l'espressione "unisex", che indica il fenomeno a cui ho già accennato. Il "no gender" è, infatti, l'affermazione dell'assenza di genere. Si tratta di un'attitudine che si basa sull'idea che le norme, la lingua e le situazioni sociali dovrebbero evitare di utilizzare il genere come principio di differenziazione e quindi di discriminazione. Il nuovo focus è l'individuo

che deve potersi vestire come preferisce senza limitazioni imposte dagli stereotipi di genere. Già nel 2015 la catena britannica di grandi magazzini Selfridges aveva lanciato *Agender Project*, un'iniziativa, durata un paio di mesi, durante la quale due piani dello store londinese erano stati destinati a collezioni accessibili sia a uomini che a donne. In tal modo un uomo o una donna poteva liberamente acquistare un capo, senza sentirsi condizionato dal proprio sesso. Tale esperimento, da un lato, intendeva raggiungere un nuovo tipo di clientela, dall'altra, poteva, in fondo, spingere a riflettere che si può pensare oltre gli stereotipi (Fornoni, 2017).

La storia del vestito, in fondo, nel suo essere testimonianza profonda sulle civiltà, è capace di rivelarne codici e linguaggi. In età moderna la moda era il riflesso del vivere sociale e riproduceva la gerarchia delle apparenze. A partire dal Seicento, dopo la riforma protestante e quella cattolica, il vestiario fu al centro di dibattiti sulla ricchezza e la povertà, sull'eccessivo e il superfluo, sul necessario e il sufficiente, sul lusso e la moderazione. Il vestito, sia nella morale cattolica che in quella protestante era la pietra di paragone per misurare il rapporto tra costumi ed etica. Nel Settecento il vestito sarebbe diventato, all'interno dei prodotti suscettibili di migliorare la società e la qualità della vita, l'esempio preferito dagli economisti che riconoscevano il primato all'utilità e ai movimenti dei consumi (Roche, 1989, 7). Nel corso del Settecento, in realtà, l'impulso filosofico degli illuministi francesi, unendosi al pragmatismo all'inglese che camminava, passo dopo passo, insieme con lo sviluppo della società produttiva, portò a una svolta definitiva nell'abito maschile. Il parruccone legato ai fasti barocchi fu riposto in soffitta. Avanzava l'uomo nuovo che, fiero della propria operosità, scopriva anche il gusto della comodità e il godimento dell'attività fisica all'aperto. Nel corso dell'Ottocento si sarebbe, quindi, affermata quella che potremmo definire l'"uniforme borghese", un nuovo modo di "coprire il corpo" per esprimere i valori etici del secolo borghese. Uno stile che, probabilmente, aveva avuto una lontana origine, come scrive Maria Giuseppina Muzzarelli, già agli albori della "moda calvinista" in un continuum che dalla morale del vestiario, formulata da Leon Battista Alberti, aveva portato nell'Ottocento a una sorta di conversione al rigore, con la rinuncia a fronzoli e decori nel nome dell'austerità o perlomeno della misura nelle apparenze. L'abito dell'uomo "borghese" ha, del resto, conosciuto una lunga storia, le cui tappe fondamentali si collocano nelle città mercantili dell'ultimo Medioevo e nei paesi della **forma**, in particolare in Olanda fra XVI e XVII secolo (Muzzarelli, 2011). A questa virile "uniforme borghese" si accompagnava un più disinvolto guardaroba delle donne del ceto borghese, sempre più determinate, se non a raggiungere l'indipendenza, almeno a collaborare con il proprio compagno in società e nella professione, nel rispetto dei confini del ruolo a loro riservato.

Commentato [FF1]: Uniformato minuscolo

Negli ultimi anni del Novecento le distinzioni per stili di vita, che avevano caratterizzato la moda dell'epoca precedente, si erano affievolite, per diventare sempre più eclettiche e transitorie, dando luogo, di conseguenza, a una moltiplicazione degli stili di abbigliamento e dei modelli di consumo. Inoltre la moda, per tradizione legata alla creazione stagionale, si è diversificata in maniera sempre più profonda anche in virtù della moltiplicazione delle nicchie di mercato: dagli outlet ai centri commerciali, alle vendite su Internet, fino ai saldi prolungati. La moda è, del resto, un fenomeno che caratterizza la vita contemporanea, tanto più in un paese come il nostro che del “made in Italy” ha fatto il suo biglietto da visita sul mercato internazionale. Tra le dimensioni costitutive della moda, creazione, business, cultura e comunicazione rappresentano, in fondo, i punti principali per spiegarne il carattere in perenne trasformazione. Se, da una parte, essa deve adeguarsi alle esigenze del mercato globale, dall'altra deve conservare quelle qualità e quegli immaginari che rendono ogni pezzo straordinario e desiderabile. Non è semplice sintetizzare la complessità del *fashion system* contemporaneo: dal suo rapporto con il tempo al suo ruolo nel ridefinire genere e identità; dalle traiettorie globali del lusso alle nuove forme della democratizzazione del vestire; dalle professioni emergenti alla moda intesa come sistema culturale e industriale in cui si intrecciano marketing, editoria, curating, museo (Frisa, 2015).

L'opinione pubblica, così come i mass media e, in parte, talune analisi accademiche, tende a definire la moda come qualcosa di materiale: abiti provenienti dalle ultime sfilate di Milano o di Parigi, scarpe e accessori fotografati dalle riviste più in voga, pettinature delle rockstar, t-shirt di protagonisti dello sport o dello spettacolo. Apparentemente sembra, infatti, che siano gli oggetti a costituire la moda. Invece, come è noto, si può parlare di moda anche in astratto, poiché essa include pure comportamenti e idee. Lo studio della moda – e in particolare lo studio della storia della moda – coinvolge sia concetti astratti che l'analisi di oggetti materiali. La storia della moda si basa sullo studio di fonti scritte, visive e materiali. L'oggetto, ovvero un abito, ma anche un pezzo di stoffa, un accessorio, e così via, rappresenta anche il soggetto della ricerca, che parte da un'analisi “concreta” basata sull'osservazione di prodotti spesso depositati presso qualche museo. Attraverso l'attenta analisi degli oggetti si tracciano, infatti, storie di evoluzione delle forme, dei colori, ma anche degli usi. Si possono delineare, in modo induttivo, partendo da osservazioni precise fatte su determinati oggetti, interpretazioni astratte sulla storia e il significato della moda che possono, tuttavia, essere applicate anche ad altri oggetti (Riello, 2016, 71-74).

A partire dagli anni Ottanta del secolo scorso, tuttavia, incominciò a delinearsi un nuovo filone di studi che oggi definiamo *fashion studies*, ovvero

un insieme di orientamenti allo studio della moda, di tipo multi o pluridisciplinari, dal momento che includono sociologia, antropologia, etnografia e così via, e sono anche fortemente “deduttivi”. In realtà, i metodi della cultura materiale hanno fatto di recente breccia nello studio della moda. La cultura materiale ricomprende, infatti, l’attribuzione di significati agli oggetti da parte di persone che li usano, collezionano, ma anche producono, vendono e consumano. Grazie alla sua propensione all’integrazione fra il materiale e gli aspetti astratti, la cultura materiale fornisce una piattaforma di incontro fra diverse metodologie e approcci (Riello e Gerritsen, 2015, 2016). È forse il caso di ricordare che i *fashion studies* non abbandonano l’oggetto della moda, bensì lo interpretano, studiano e utilizzano in modo differente rispetto alla storia del costume, poiché esso diventa centrale non nella sua forma di artefatto, ma come oggetto di consumo. Le metodologie prese in prestito dall’antropologia, ad esempio, si interessano alla relazione fra persone e oggetti di consumo. La bottiglia di Coca-cola, l’auto, gli interni delle nostre case, ecc. sono tutte tipologie di oggetti che sono stati al centro di recenti studi socio-antropologici. Eppure nessuno di loro narra una storia che si riferisce solo a specifici articoli. Si tratta spesso di oggetti seriali, prodotti di massa che il ricercatore apprezza per il loro significato sociale piuttosto che per il loro valore individuale. L’oggetto banale, mondano, non speciale e spesso nemmeno collezionato, appare molto più importante in questa struttura d’analisi, anziché nella storia e ricerca sul costume. Va pertanto sottolineato che la cultura materiale si interessa in particolare alle modalità e dinamiche attraverso le quali gli oggetti assumono significato nella vita delle persone. Uno di questi significati è quello della moda. Un bikini non è semplicemente un pezzo di stoffa indossato per prendere il sole, bensì un oggetto fondamentale delle pratiche sociali a partire dalla seconda metà del XX secolo. Come è stato evidenziato dalle discussioni sul “burkini” in Francia nell’estate del 2016, l’abbigliamento balneare non rimanda solo alla storica reazione dei benpensanti che, negli anni Cinquanta e Sessanta, si opponevano al *glamour look* di Brigitte Bardot. Esso viene visto oggi come rappresentazione di un certo stile di vita, in cui l’emancipazione femminile rappresenta un solido elemento della società occidentale (Riello, 2016, 75-76).

Non è un caso, del resto, che il primo volume dell’opera *MODA&MODE* sia dedicato ai linguaggi, partendo, nel primo capitolo, dai contesti al fine di delineare precisi ambiti storici. Si spazia dal valore identitario dei regni altomedievali alla fenomenologia della moda dandy, per approdare alla letteratura, sia italiana che dialettale e alle rappresentazioni della pubblicità e delle riviste di moda. Il volume si chiude con i *costumi di scena*, a partire dal teatro rinascimentale fino all’estetica performativa di David Bowie e Lady Gaga.

Commentato [FF2]: minuscolo

Commentato [FF3]: minuscolo

Come sottolinea, infatti, Claudio Azzara, nella sua introduzione al primo capitolo, l'esempio dei longobardi, da lui analizzato nel primo contributo del volume, consente di valutare come l'abito abbia costituito per una tribù barbara dell'Alto Medioevo un elemento identitario, ma anche come le sue progressive trasformazioni rappresentino un indice su cui misurare il dispiegarsi dei vari processi di acculturazione. Il discorso dell'identità, legata all'abito e al vestiario ritorna, qua e là, in vari contributi del volume. Stefano D'Atri, attraverso l'analisi delle leggi suntuarie emanate dalla repubblica di Ragusa (l'odierna Dubrovnik) nel XVI secolo, mostra come le misure adottate per temperare il lusso eccessivo dell'abbigliamento e degli ornamenti personali rientrassero in una preoccupazione più generale dell'autorità politica di disciplinare l'intero complesso dei comportamenti sociali, in una congiuntura di grave difficoltà per la carestia allora in corso, ma anche di nuove opportunità economiche offerte dai circuiti del grande commercio mediterraneo. Nel caso dei valdesi, studiati da Alfonso Tortora, il discorso dell'identità di gruppo si manifesta attraverso l'analisi dell'abito femminile, contrassegnato da elementi distintivi come la cuffia che, in un difficile contesto di marginalità e perfino di persecuzione, conservò fino all'epoca contemporanea la propria tradizione risalente al Medioevo, nonché la propria appartenenza religiosa. Un oggetto particolare della moda femminile, il ventaglio, è oggetto del contributo di Francesco Barra, che dimostra come quest'oggetto, man mano, abbia saputo unire alla sua originaria utilità pratica un nuovo significato, diventando un vero e proprio mezzo di comunicazione, capace di elaborare uno specifico linguaggio codificato attraverso un'opportuna manipolazione.

Commentato [FF4]: Uniformato minuscolo

La moda, come si è detto, non va intesa solo come abbigliamento, ma comprende stili di vita e modi di comportarsi in società nonché gli oggetti di uso più comune. Perciò può comprendere al suo interno anche i giocattoli, di cui Fabiana Quatrano coglie l'essenza di "luogo simbolico di costruzione identitaria", anche nel senso del genere e del rango sociale di appartenenza. Di nuovo la moda, intesa soprattutto come "stile di vita", appare centrale nell'ambito del dandismo di fine Ottocento/inizio Novecento, complesso fenomeno culturale e sociale, analizzato da Alfonso Amendola che lo presenta finemente quale progetto di moda intesa "come creatività o come sfida", che si trasforma in uno strumento di rivolta contro le convenzioni della società del tempo, alla ricerca di un'umanità più autentica.

Commentato [FF5]: Uniformato così

Partito dai contesti storici e culturali, il discorso si concentra sulla pagina letteraria, frutto di altrettanti scenari storici, culturali e sociali. Nel secondo capitolo, dedicato alla letteratura, la curatrice, Milena Montanile, sottolinea, infatti, che la disamina proposta parte, e non a caso, da un testo per certi aspetti "esemplare" che riflette un punto di svolta significativo nel passaggio

dal Medioevo al Rinascimento, il *Dialogo della bella creanza delle donne*, meglio noto con il titolo *La Raffaella*, scritto negli anni Trenta del Cinquecento da Alessandro Piccolomini, in un momento cruciale nella storia della moda, quando l'irruzione del nuovo, legato a importanti fenomeni socioeconomici, introdusse un notevole cambiamento nel gusto e nei comportamenti individuali. Il Cinquecento, come sottolinea Montanile, favorì l'espansione di una sensibilità nuova nei confronti della moda e diede origine a una prima codificazione delle pratiche vestimentarie, quale emerge da tutta la trattatistica sul comportamento e dalla notevole diffusione di ricettari per la bellezza e per la cura del corpo. Un interessante apporto allo studio delle pagine letterarie è fornito dall'analisi di Rosa Troiano e di Paola Nigro che hanno guidato la propria analisi in un'ottica storico-linguistica, osservando che la moda, in quanto strumento di differenziazione sociale, che si esprime con un codice autonomo, permette una lettura di abiti, accessori ed elementi decorativi come testi analizzabili nell'ambito linguistico. Analogamente il teatro riesce grazie, in questo caso, alla ricerca di Carmela Citro, a raccontare il linguaggio della moda. Guidando il lettore nel mondo di Goldoni, che riesce a far parlare i personaggi anche attraverso abiti e ornamenti, Citro mostra che la moda, con gli oggetti e i costumi, riveste un'importanza centrale nell'architettura narrativa al pari di altri elementi funzionali all'ordito del racconto. L'insistenza su abiti e oggetti diventa, infatti, preziosa per la costruzione dell'indole del personaggio e del suo *status*. Ancora sull'abito come complesso sistema segnico si sofferma Antonella Catone che propone un'attenta rilettura di una novella, del 1874, dello svizzero Gottfried Keller, *L'abito fa il monaco*. L'oggetto intorno a cui Keller articola la trama del racconto è il *tabarro* che si rivela utile per sfruttare la complessa ambivalenza del codice segnico.

Dall'Ottocento tedesco al contesto letterario italiano del Novecento: Eleonora Rimolo sottolinea come il panorama letterario tra Ottocento e Novecento riveli un'equazione interessante tra donna, moda e modernità, registrando la nascita, nei primi anni del secolo, di una figura nuova di donna, la *femme fatale* dannunziana. Il capitolo sulla letteratura si chiude trovando, come sottolinea Montanile, un interessante punto di approdo nel saggio di Giancarlo Guercio che analizza il netto rifiuto, espresso da Pasolini negli anni del miracolo economico, alla società del consumo vistoso e totalizzante.

Dai contesti storici e letterari si passa alle rappresentazioni, nel capitolo curato da Emiliana Mangone, che si apre con il saggio di Adalgiso Amendola su *Mode: merci, feticci e forme di vita*, che propone un excursus di teoria sociale, che va da Simmel a Benjamin, e nel quale la moda è presentata come un segno distintivo del mercato nelle società capitalistiche o un'espressione dell'autonomia degli individui. Le rappresentazioni della moda e degli oggetti di moda emergono dai lavori di Maria Consiglia Napoli e di Wilma

Leone, per l'Ottocento; di Michele Bevilacqua e di Emanuela Pece, per il Novecento e oltre. Tali contributi riguardano, in particolare, le riviste di moda: sin da fine Ottocento esse mostravano segnali di cambiamento, sia per una certa influenza sugli stili di vita delle donne, sia per la presenza, all'interno delle redazioni, di scrittrici e giornaliste che, dietro pseudonimi, offrivano un contributo decisivo per rispondere sempre di più alle esigenze del pubblico femminile. Bevilacqua, instaurando un confronto tra la versione italiana e quella francese della rivista *Vogue* mostra come la moda sia stata sempre sinonimo di creatività e innovazione lessicale. Pece confronta attraverso le immagini femminili presenti in alcune delle principali riviste di moda italiane *Vogue*, *Marie Claire* e *Vanity Fair*, individuando specifiche rappresentazioni mediatiche delle donne legate al mondo della moda. Accanto alle riviste di moda, l'*Enciclopedia della donna* degli anni Sessanta del Novecento, analizzata da Maria Rosaria Pelizzari, racconta, infine, attraverso i consigli e i suggerimenti per diventare "perfette padrone di casa", l'Italia degli anni Sessanta del secolo scorso tra persistenze nei ruoli di genere e mutamenti di costume in atto.

Nell'ultimo capitolo, dedicato ai costumi di scena e curato da Annamaria Sapienza, si parte dall'analisi di Pasquale Iaccio, che tratta i rapporti tra divismo e moda nel cinema muto italiano dei primi decenni del Novecento, analizzando i casi di celebri attrici quali Lyda Borelli e Francesca Bertini. Legati al mondo del teatro, i saggi di Isabella Innamorati e Antonella Piazza. Un confronto complicato tra gli abiti alla moda e i costumi di scena tra Cinquecento e Seicento, in un periodo in cui la costumistica si mostrava come arte specializzata è al centro del saggio di Innamorati. Allo stesso periodo, ma ad un'area geografica specifica, si riferisce Antonella Piazza che affronta l'universo drammaturgico shakespeariano soffermandosi in particolare sulla contraddizione tra l'austerità dello spazio vuoto del *tiring house* elisabettiano e la ricchezza dell'abbigliamento degli attori. Di taglio totalmente diverso, per epoca e per angolazione, sono i tre saggi che chiudono il capitolo e il libro. Annamaria Sapienza, attraverso gli esempi di due compagnie che definiscono il fenomeno della nuova spettacolarità tra gli anni Settanta e Ottanta del Novecento (Falso Movimento e Magazzini Criminali), analizza le fasi di un percorso nel quale la moda assorbe le suggestioni del paesaggio metropolitano e delle tendenze ad esso legate per riflettere sull'assimilazione dell'estetica dei mass media nel dibattito socioculturale del tempo. Grazia D'Arienzo si muove, invece, riflettendo sulla *performance* e la medialità per affrontare le esperienze di David Bowie e Lady Gaga, artisti che costruiscono, con grande attenzione, la propria identità artistica riuscendo ad avere un forte impatto sull'immaginario giovanile contemporaneo. Maria Giovanna Mancini, infine, si sofferma sul rapporto tra moda e arte contemporanea

all'interno del dibattito critico sviluppatosi negli anni Ottanta del Novecento negli Stati Uniti. Sia l'arte che la moda confrontandosi con le scelte di mercato, le strategie di comunicazione e le tendenze, costruiscono, pertanto, una barriera di difesa e protezione dello spazio creativo.

Ringraziamenti

Il lavoro di redazione del primo volume, analogamente agli altri due volumi dell'opera *MODA&MODE*, ha comportato un notevole lavoro di organizzazione. Un ringraziamento particolare al team OGEPO (Osservatorio interdipartimentale per gli studi di Genere e le Pari opportunità) dell'Università degli Studi di Salerno: la dott.ssa Clotilde Cicatiello, che ha collaborato con me come tutor del team del GenderLab, e la dott.ssa Daniela Sica, che ha collaborato con me nella segreteria del comitato scientifico, il dott. Paolo Fusco per l'aiuto nella formattazione dei volumi, e il dott. Antonio Elefante per gli aspetti logistici. Grazie alle colleghe, prof.ssa Isabella Innamorati e prof.ssa Valeria Giordano, per aver collaborato con me nell'individuazione della Casa editrice.

Ringrazio i tirocinanti e le tirocinanti del GenderLab (Laboratorio di studi di Genere) del DIPSUM (Dipartimento di Studi Umanistici) dell'Università degli Studi di Salerno che hanno collaborato diligentemente con me, riuscendo ad acquisire nuove competenze: Maria Rita De Filippo; Giovanni Lacava; Flavia Magaldi; Anna Noce; Antonella Russo; Livia Santaniello.

Riferimenti bibliografici

- Barthes R. (1970) *Sistema della moda*, tr. it. di Lidia Lonzi, Einaudi, Torino.
- Barthes R. (2006) *Il senso della moda: forme e significati dell'abbigliamento*, a cura di G. Marrone, Einaudi, Torino.
- Bovone L., Ruggerone L. (2006), *Che genere di moda?*, FrancoAngeli, Milano.
- Braudel F. (1982), *Civiltà materiale, economia e capitalismo (secc. XV-XVIII), I. Le strutture del quotidiano*, Einaudi, Torino.
- Fornoni S. (2017), *Dal gioco dei ruoli al "no gender": come la moda interpreta una nuova identità*, Sole 24 ore online, 11 aprile.
- Frisa M.R. (2015), *Le forme della moda. Cultura, industria, mercato: dal sarto al direttore creativo*, Il Mulino, Bologna.
- Muzzarelli F. (2013), *Moderne icone di moda: la costruzione fotografica del mito*, Einaudi, Torino.
- Muzzarelli M.G. (2011), *Breve storia della moda in Italia*, Il Mulino, Bologna.
- Riello G. (2016), *Per una storia della moda. Concetti, oggetti e cultura materiale*, "Venezia Arti", 25, 71-80.

- Riello G., Gerritsen A. (2015), *Writing Material Culture History*, Bloomsbury, London.
- Riello G., Gerritsen A. (2016), *The Global Lives of Things: The Material Culture of Connections in the First Global Age*, Routledge, London.
- Roche D. (1991), *Il linguaggio della moda. Alle origini dell'industria dell'abbigliamento*, tr. it. di S. Luzzatto, Einaudi, Torino.
- Simmel G. (2015), *Moda*, a cura di A.M. Curcio, Mimesis, Milano Udine.
- Wilson E. (2008), *Vestirsi di sogni: moda e modernità*, a cura di L. Ruggerone, FrancoAngeli, Milano.

Parte prima.
Contesti

a cura di Claudio Azzara

Introduzione

di Claudio Azzara

Il concetto e la pratica della “moda”, intesa nella sua accezione più ampia, non limitata al solo modo di abbigliarsi, hanno assunto espressioni multiformi e avuto un peso diverso nelle rappresentazioni culturali e nella vita sociale delle varie comunità umane nelle differenti epoche, tanto che essa può costituire un valido metro, tra gli altri, per misurare le forme del divenire storico e le caratteristiche peculiari delle singole civiltà. I saggi qui raccolti, frutto del lavoro di studiosi appartenenti ad ambiti disciplinari diversi, offrono un efficace panorama in tal senso, attraverso esempi significativi riferiti a contesti eterogenei, che suggeriscono alcune tra le numerose possibilità di indagare l’argomento in una prospettiva storica.

L’esempio dei longobardi presentato da Claudio Azzara consente di apprezzare come l’abito abbia costituito per una tribù barbara dell’Alto Medioevo un elemento identitario, ma anche come le sue progressive trasformazioni rappresentino un indice su cui misurare il dispiegarsi dei vari processi di acculturazione. Stefano D’Atri, attraverso l’analisi delle leggi suntuarie emanate dalla repubblica di Ragusa (l’odierna Dubrovnik) nel XVI secolo, mostra come le misure adottate per temperare il lusso eccessivo dell’abbigliamento e degli ornamenti personali rientrassero in una preoccupazione più generale dell’autorità politica di disciplinare l’intero complesso dei comportamenti sociali, in un frangente di grave difficoltà per la carestia allora in corso, ma anche di nuove opportunità economiche offerte dai circuiti del grande commercio mediterraneo in cui la repubblica adriatica tentò di inserirsi, e che richiedevano la coesione di tutta la comunità e un oneroso impegno collettivo. Nel caso dei valdesi studiati da Alfonso Tortora, invece, l’abito femminile, contrassegnato da elementi distintivi come la cuffia, manifesta la sua natura di strumento identitario di un gruppo che anche per questa via perpetuò, fino all’epoca contemporanea, la propria tradizione, risalente al Medioevo, e la propria appartenenza religiosa, in un difficile contesto di

marginalità e perfino di persecuzione. La moda femminile è al centro anche del contributo di Francesco Barra, che ne considera uno degli elementi maggiormente distintivi sin dalla sua introduzione in Europa nel Cinquecento: il ventaglio. Quest'oggetto come pochi altri ha saputo unire nel corso del tempo alla sua originaria utilità pratica una nuova, e a tratti quasi prevalente, valenza di vero e proprio mezzo di comunicazione, capace di elaborare uno specifico linguaggio codificato attraverso un'opportuna manipolazione. Se si intende la moda, secondo quanto detto, non solo nel senso di abbigliamento, ma di "tutto lo stile di vita [...] i modi di comportarsi in società e gli oggetti di uso più comune", allora sotto tale etichetta ricadono pure i giocattoli, di cui Fabiana Quatrano ripercorre natura e funzioni dall'antichità a oggi, cogliendone l'essenza di "luogo simbolico di costruzione identitaria", anche nel senso del genere e del rango sociale di appartenenza. E la moda quale "stile di vita", prima ancora che mera eleganza nel vestire, appare centrale in quel complesso fenomeno culturale e sociale che fu il dandismo di fine Ottocento/inizio Novecento che, secondo quanto segnala Alfonso Amendola nella sua acuta disamina di tale esperienza, ricercò un progetto di "moda totale", di "moda come creatività o come sfida", non certo nei termini di una pura esteriorità, ma piuttosto quale mezzo di rivolta contro le convenzioni della società del tempo, alla ricerca di un'umanità più autentica.

Percorsi d'indagine differenti, dunque, in questa serie di saggi, e contesti esaminati diversamente distribuiti nello spazio e nel tempo, che ben dimostrano, nel loro insieme, le molte possibilità di declinare lo studio della "moda" in una prospettiva storica e le numerose suggestioni e chiavi interpretative che da simili ricerche si possono ricavare.

*1. Barbare vesti.
L'abbigliamento fra identità etnica
e acculturazione romana nei regni altomedievali:
il caso longobardo*

di Claudio Azzara

Abstract

It is possible to reconstruct the dress of ancient Longobards mainly through archeological evidence, and very few written sources. Changes in the way that they dressed, especially after their migration to Italy in the late 6th Century, it allows us to appreciate the complexity of the process of cultural exchanges between the Longobards, other Barbaric tribes and the Roman society, leading to the construction of a new identity and a new cultural pattern of the *gens Langobardorum*.

1. Abito, tradizione e identità

Nella sua celebre *Historia langobardorum*, opera della fine dell'VIII secolo, Paolo Diacono ricordava la costruzione avvenuta a Monza quasi due secoli prima, per volontà della regina dei longobardi Teodolinda, di un palazzo (oggi scomparso) destinato a ospitare la donna e il suo consorte Agilulfo, nel quale era stato realizzato un ciclo di affreschi che rievocavano la remota origine e le gesta della stirpe longobarda (Diacono, 1992, 200-201; Azzara, 2019, 53-56). Con ogni probabilità si trattava della stessa narrazione tramandata anche dalla saga che presso i longobardi era trasmessa oralmente di generazione in generazione e che raccontava in forma di mito la genesi della tribù, in un luogo e in un tempo imprecisabili, la sua adozione da parte del dio della guerra Wotan e le successive plurisecolari migrazioni attraverso il continente europeo, fino all'Italia. Tale saga ci è eccezionalmente pervenuta in un testo scritto, in latino (la versione orale era espressa nella lingua dei longobardi), riportato da alcuni codici manoscritti delle leggi della stirpe

delle quali era posta a premessa, ed è nota come *Origo gentis langobardorum* (Bracciotti, 1998; Azzara e Gasparri, 2005, 3-11). I dipinti monzesi erano ancora visibili al tempo di Paolo Diacono, il quale informa come in essi i longobardi fossero raffigurati con l'acconciatura rituale che costoro usavano portare in passato, ma non più alla sua epoca, e che li rendeva subito riconoscibili come adoratori del dio della guerra Wotan: vale a dire, con i capelli rasati sulla nuca e divisi da una scriminatura centrale in due bande cascanti sulle guance fino a fondersi con la lunga barba. E *longibarbi*, "lunghebarbe" (da cui "longobardi"), erano stati chiamati, secondo la saga, proprio da Wotan, nel momento in cui il dio li aveva adottati concedendo loro la vittoria sui nemici vandali, dopo che costoro avevano supplicato il suo aiuto.

L'acconciatura testimoniata dagli affreschi del palazzo di Monza era dunque legata al culto di Wotan, segno esteriore distintivo di un'appartenenza religiosa che caratterizzava la tribù quando era ancora pagana; essa era stata abbandonata con la conversione al cristianesimo, completatasi al più tardi nel corso del VII secolo, e al tempo di Paolo Diacono era solo un lontano ricordo, risalente a un passato oscuro, in cui la *gens* cui egli stesso apparteneva era ancora preda dell'idolatria (Gasparri, 1983).

Paolo nel passo citato, oltre a parlare dei capelli, faceva anche ulteriori cenni al costume longobardo riscontrabile nei dipinti monzesi: i guerrieri ritratti apparivano vestiti di ampi abiti di lino, con larghe bande ornamentali tessute in colori diversi, di foggia analoga alle vesti portate dagli anglosassoni dell'Inghilterra. Ai piedi, calzari aperti fino all'estremità dell'alluce e tenuti fermi da stringhe di cuoio. Il Diacono precisava che con il tempo i suoi connazionali avevano appreso dai romani l'uso di calzoni sopra i quali, quando andavano a cavallo, indossavano gambali di panno.

2. Abiti dei morti, abiti dei vivi

Questa, pur succinta, testimonianza dell'autore dell'*Historia langobardorum* offre dunque informazioni sia sull'abito maschile tradizionale dei longobardi sia su alcune modifiche in esso intervenute in seguito al contatto con la civiltà romana cristiana e lascia intendere, quindi, come un abbigliamento che aveva un connotante valore identitario si sia nel tempo trasformato, in seguito al verificarsi di un graduale processo di acculturazione. Il modo di vestire dei longobardi, anche delle donne oltre che degli uomini, ci è noto non solo da scarse testimonianze letterarie come quella sin qui discussa, ma pure (e in più larga misura) dai rinvenimenti archeologici (Menis, 1990; Bertelli e Brogiolo, 2000; Roma, 2010; Brogiolo, Marazzi e Giostra,

2017). Nelle tombe longobarde, raccolte in necropoli più o meno vaste, distribuite in Italia come nei territori transalpini abitati in precedenza da questa tribù, gli inumati vengono ritrovati provvisti di un corredo, che è costituito dagli indumenti, da oggetti ornamentali e da suppellettili e utensili vari. Ciò rispondeva alle credenze pagane tradizionali, in virtù delle quali si riteneva che l'esistenza ultraterrena sarebbe stata analoga a quella di questo mondo, rendendo necessarie anche dopo la morte le cose adoperate in vita. Tale uso fu abbandonato alla fine del secolo VII, con la piena conversione al cattolicesimo. Tenendo presente che la materia organica non si conserva (inclusi gli abiti di lino e lana e gli accessori in cuoio, come le calzature e le cinture), nelle sepolture con corredo maschili si trovano, oltre a fibule metalliche usate per chiudere gli abiti, a fibbie e placche decorative da cintura, a fibbiette dei calzari e a pochi ornamenti quali gli anelli, soprattutto armi, che contraddistinguevano l'aspetto del maschio guerriero, definendone la fisionomia e la stessa identità. Una *spatha* a due tagli è in genere accompagnata da una lancia, da uno scudo di legno rotondo con umbone di ferro, da uno *scramasax*, cioè una sciabola corta, talora pure da frecce, da un elmo, da una corazza a lamelle, dagli speroni e dalle bardature del cavallo. La presenza o meno di tutti questi diversi elementi e la loro qualità materiale dipendono, oltre che dallo stato del ritrovamento archeologico, dal rango del defunto. In casi di membri dell'aristocrazia e di capi politici e militari si rinvennero a volte armi da parata (come scudi, riccamente ornati da placche metalliche decorate), cioè non destinate a essere usate in combattimento, ma puri simboli di *status* e di preminenza sociale da ostentare. Nei sepolcri maschili si possono trovare anche oggetti d'uso non bellico, come corni potori o pettini. Questi ultimi erano realizzati in osso, corno o avorio e in genere presentavano decorazioni con motivi geometrici, perlopiù a cerchio; spesso mostrano ancora i segni dell'usura, impiegati su capigliature lunghe e lavate di rado.

Nelle tombe femminili vi sono invece ornamenti e utensili quali anelli, collane, orecchini, forbici, pettini, aghi crinali, oggetti dal valore decorativo e forse magico, soprattutto sfere di vetro e conchiglie che dovevano esser portate appese alla cinta (come delle piccole borse, di cui rimangono solo le parti metalliche), stoviglie e vasellame, in ceramica o metallo, fibbie da cintura e fibbiette per le scarpe; e, infine, caratteristiche fibule a "staffa" oppure a "S", che servivano a tener fermi sul corpo gli indumenti. Le fibule erano decorate con incisioni a sbalzo o con la tecnica del *cloisonné*. Le vesti, almeno quelle più ricche, potevano essere ornate da trame di fili d'argento o d'oro a rilievo oppure da eleganti fascette di sottili placche metalliche quadrangolari forate agli angoli per essere cucite. Da questi pochi resti conservati si deduce l'intero abito, dissolto nelle sue parti in stoffa e in pelle, che

doveva essere costituito da una semplice tunica (per gli uomini, un camicione e pantaloni per andare a cavallo) e da un mantello sovrapposto, in lino o in lana. Gli aghi crinali suggeriscono che le donne, almeno quelle sposate, dovevano portare i capelli raccolti e coperti da un velo, la cui traccia archeologica consiste in matasse di sottilissimi fili d'argento o d'oro che ne costituivano la decorazione. Una legge del re Liutprando, il titolo 2 dell'anno 713 (Azzara e Gasparri, 2005, 140-141), conferma un simile uso in modo indiretto, poiché indica le ragazze nubili con la locuzione "in capillo", a intendere probabilmente che costoro, a differenza delle maritate, tenevano la capigliatura lunga e sciolta. Gli orafi longobardi erano particolarmente abili e i loro prodotti risultano assai pregevoli. Essi sapevano impiegare varie tecniche, dalla punzonatura al cloisonné, dalla fusione a stampo alla filigrana, dalla damaschinatura al niello. La differente qualità dei materiali rinvenuti nelle sepolture consente di dedurre il rango sociale dell'inumato. I diversi monili e le stesse fibule degli abiti variano molto per il valore dei metalli in cui sono realizzati, fino all'uso dell'oro, e per la decorazione, che poteva anche essere di pietre preziose o semipreziose. Nelle tombe maschili un indicatore è costituito dal numero e dal tipo di armi presenti: chi era più ricco aveva un armamento completo e di migliore qualità. Ulteriori presenze suggestive di una preminenza sociale e di una condizione facoltosa sono, tra le altre, bacili in argento o in bronzo, bicchieri e corni potori in vetro (materiale costoso), sgabelli pieghevoli con decorazioni ageminate.

Nelle necropoli la ricognizione dei corredi permette di distinguere le poche tombe degli individui appartenenti all'aristocrazia, com'è ovvio più opulente, dalle altre, destinate ai semplici guerrieri e ai loro familiari. Dopo la migrazione in Italia la presenza di corredi di maggior pregio rispetto a quelli delle fasi insediative precedenti (dalle più antiche, lungo l'Elba, fino alla Pannonia) suggerisce come le scorrerie iniziali e poi lo sfruttamento economico delle risorse della penisola avessero determinato un complessivo arricchimento dei longobardi, ma anche accentuato la divaricazione tra un élite sempre più facoltosa, che intercettava la maggior parte dei proventi delle razzie e che si era impadronita delle migliori proprietà, e il resto degli arimanni, cioè dei guerrieri liberi. Differenze di censo, e quindi di prestigio sociale e preminenza politica, sono del resto desumibili anche dalle necropoli extra-italiane, appartenenti alle fasi anteriori della storia longobarda, ma in seguito allo stanziamento in Italia, come detto, i dislivelli sociali paiono aumentare. Con il progredire del processo di romanizzazione culturale e di cristianizzazione, che iniziò presto dopo lo stanziamento nella penisola italiana, già nel secolo VII le tombe longobarde risultano indistinguibili con sicurezza da quelle della popolazione romana, fino alla scomparsa totale dei corredi, come detto, alla chiusura dello stesso secolo. Del resto, a questa data

gli immigrati barbari si erano del tutto fusi con la popolazione romana autoctona e il vocabolo “longobardi” veniva ora a indicare non più una tribù, ma il ceto dirigente del regno, etnicamente e culturalmente ibridato.

Il corredo posto nella sepoltura era tutelato con rigore dalla legge rispetto a ogni tentativo di saccheggio. Il titolo 15 delle leggi del re Rotari, codificato nell’anno 643, sanzionava il *grabworfin*, cioè la violazione di un sepolcro, con una delle composizioni più elevate dell’intero *corpus* normativo, 900 solidi, da versare a titolo risarcitorio ai parenti del defunto (Azzara e Gasparri, 2005, 20-21). Una sanzione, peraltro assai inferiore (80 solidi), era prevista, dal titolo 16 di Rotari, anche per coloro i quali, commettendo *rairraub*, avessero spogliato un cadavere rinvenuto abbandonato per la strada o in acqua, appropriandosi dei suoi abiti e degli oggetti in suo possesso (Azzara e Gasparri, 2005, 20-21).

3. Nuovi incontri, nuovi usi

Lo studio dell’abito longobardo, condotto prevalentemente attraverso le testimonianze archeologiche, mostra dunque mutamenti, solo apparentemente di dettaglio, che sono indice di contaminazioni culturali, prestiti e processi imitativi rispetto ad altre tradizioni, certamente quella romana, ma pure quelle di altre culture barbariche. Per esempio, è noto come i longobardi abbiano ricavato molti elementi del proprio costume dalle popolazioni delle steppe asiatiche con le quali ebbero una lunga convivenza nel bacino danubiano e nell’area balcanica, a cominciare dall’uso del cavallo e dall’apprendimento delle tecniche di combattimento equestre, pratica sconosciuta alle stirpi occidentali, come i franchi. Da popoli delle steppe come gli avari o i sarmati i longobardi ricavarono l’uso funerario delle pertiche, lunghe aste sormontate da uccelli che venivano conficcate nelle aree cimiteriali dai parenti dei guerrieri caduti lontano da casa e il cui corpo non si era potuto recuperare. L’uccello era rivolto in direzione del luogo in cui si presumeva che il guerriero fosse morto. Nell’abbigliamento, una contaminazione culturale riscontrabile presso tutte le stirpi barbare, e non solo fra i longobardi, sul piano dei moduli iconografici e decorativi, vide le tradizionali raffigurazioni sugli elementi di oreficeria, a cominciare dalle fibule, di animali feroci (lupi, orsi, rapaci) stilizzati e affrontati modificarsi parzialmente a imitazione degli intrecci vegetali della pittura parietale romana, che le diverse *gentes* barbare impararono a conoscere soprattutto dopo essersi stanziate sul suolo imperiale. I corpi degli animali raffigurati, prima giustapposti, si smembrarono fino a perdere quasi ogni riconoscibilità, intrecciandosi tra loro in linee nastriiformi, in quello che gli studiosi moderni classificano come secondo stile

animalistico, per distinguerlo dal primo. Un altro uso imitativo di modelli romani fu l'adozione di fibule a disco, proprie della tradizione mediterranea, accanto a quelle più tipiche dei barbari, a "staffa" e a "S". Nelle necropoli femminili longobarde in Italia molti monili (oltre alle fibule a disco) hanno foggia romana, come per esempio gli orecchini allungati con pendenti. Tutto questo conferma la fitta circolazione tra le élite altomedievali, su una scala internazionale, di oggetti e usi percepiti come segni esclusivi di distinzione sociale e lo sforzo dell'aristocrazia longobarda di assimilarsi al sempre prestigioso ceto dirigente romano italico acquisendone i manufatti, gli ornamenti e gli stili di vita.

In questa prospettiva si può interpretare anche il ritrovamento in tombe longobarde di anelli sigillo analoghi a quelli in uso presso i funzionari romano imperiali (Lusuardi Siena, 2004): se da taluni queste presenze sono state interpretate come indicatori di funzioni effettivamente svolte (cioè di sigilli impiegati da ufficiali longobardi nell'espletamento delle loro mansioni), altri, in modo che appare più convincente, sulla scorta di alcune costatazioni (la loro disomogenea distribuzione sul territorio, il fatto che se ne siano trovati anche in sepolcri di donne), li hanno ritenuti piuttosto simboli di rango, portati da aristocratici longobardi (di ambo i sessi) per imitazione del ceto dirigente imperiale.

Dai romani i longobardi appresero anche una consuetudine che riguardava la cura del corpo e che costituiva, allo stesso tempo, uno dei principali svaghi e momenti di socializzazione della civiltà di Roma: la frequentazione dei bagni. Testimonianze in questo senso provengono, per esempio, dal solito Paolo Diacono, che ricorda come fosse assidua dei bagni la moglie angla del re longobardo Cuniperto, di nome Ermelinda (Diacono, 1992, 284), e di come proprio in un bagno la regina Rosmunda (gepide di nascita) avesse avvelenato lo scudiero Elmichi, in precedenza suo complice nell'assassinio del marito Alboino (Diacono, 1992, 112). Di un altro luogo tipico dello stile di vita romano, il circo, il più popolare spazio ludico e di spettacoli, i re longobardi pare abbiano colto soprattutto le valenze simboliche nei rituali di celebrazione del potere, come nel caso dell'incoronazione all'interno del circo di Milano, con una cerimonia di schietta imitazione romano-imperiale, del giovane erede al trono Adaloaldo, il figlio di Teodolinda e di Agilulfo (Azzara, 2015, 45-46).

Il sincretismo romano-longobardo nella rappresentazione iconografica e nell'abito, inteso come modo complessivo di porsi e di apparire, ben si ricava da un manufatto rinvenuto nella Valdinievole, in Toscana, e oggi conservato al Museo del Bargello di Firenze, noto come "lamina di Agilulfo". Si tratta di un pezzo di bronzo lavorato a sbalzo e dorato, di circa 20x7 cm., di cui si ignora l'originaria funzione (frontale di un elmo o più probabilmente decorazione di un cassetta reliquiario), realizzato con ogni verosimiglianza da un

Commentato [FF6]: Corretto?

Commentato [FF7]: Corretto?

orafo longobardo del VII secolo (Kurze, 1980). Su di esso è raffigurato un re longobardo in trono affiancato da guerrieri barbuti e armati in modo tipico, con elmo a lamelle, scudo rotondo e lancia, sovrastati da angeli riprodotti in un modo che richiama le antiche vittorie alate romano-pagane, mentre alle estremità ci sono due uomini dall'aspetto di romani che recano doni in segno di sottomissione. Lo schema d'insieme rimanda ai canoni figurativi dei trionfi di epoca imperiale, con il *princeps* vincitore che riceve l'omaggio degli sconfitti, ma gli stilemi propri dell'iconografia classica sono mischiati con altri di matrice longobarda, come per le vesti e l'acconciatura tradizionali tribali del re e dei guerrieri. In ogni caso, rispetto ai plausibili modelli qui i ruoli sono invertiti, con il barbaro che celebra il suo trionfo sui romani. Il committente di questo oggetto (il re Agilulfo, se l'attribuzione abituale ha fondamento) intendeva attraverso di esso esaltare la propria vittoria, ma lo faceva imitando consapevolmente i moduli espressivi e concettuali di Roma.

Infine, altri tipi di oggetto impiegato dai longobardi che pure è di derivazione romana, e che in passato è stato erroneamente ritenuto un ornamento apposto ai loro abiti, sono le note crocette in lamina d'oro che si ritrovano in larga copia nelle necropoli. Molto sottili, esse sono in genere decorate a punzone con disegni geometrici o soggetti zoomorfi e antropomorfi (ricorre, per esempio, la raffigurazione di un volto che è stato interpretato come quello di Cristo). A lungo si è ritenuto che tali crocette fossero applicate al vestito, all'altezza del petto, ma in seguito è stato convincentemente dimostrato che ciò non era possibile anche a causa della loro fragilità (se cucite su pesanti tuniche di lino grezzo o lana si sarebbero presto spezzate con i movimenti del corpo); e si è compreso, invece, che esse venivano realizzate al momento della morte di un individuo per essere cucite sul sudario appoggiato nella sepoltura sopra il volto del defunto. Le crocette auree rappresentano un elemento eloquente come pochi del graduale processo di acculturazione dei longobardi: prodotto della cultura mediterranea e simbolo cristiano per eccellenza, vennero fatte proprio da una *gens* ancora in fase di evangelizzazione, non del tutto consapevolmente liberatasi dall'antico retaggio pagano, ornandosi di un'iconografia che univa alla probabile imitazione del volto del Salvatore gli animali della tradizione tribale (con presumibile originario valore totemico) e collocandosi, esse che sono il simbolo del risorto, in tombe con corredo conformi alle credenze idolatriche circa la vita nell'aldilà.

Commentato [FF8]: Messo al plurale

Riferimenti bibliografici

- Azzara C. (2015), *I longobardi*, Il Mulino, Bologna.
Azzara C. (2019), *Andare per l'Italia longobarda*, Il Mulino, Bologna.

- Azzara C., Gasparri S., a cura di (2005), *Le leggi dei longobardi. Storia, memoria e diritto di un popolo germanico*, Viella, Roma.
- Bertelli C., Brogiolo G.P., a cura di (2000), *Il futuro dei longobardi. L'Italia e la costruzione dell'Europa di Carlo Magno*, Skira, Milano.
- Bracciotti A., a cura di (1998), *Origo gentis langobardorum. Introduzione, testo critico, commento*, Herder, Roma.
- Brogiolo G.P., Marazzi F., Giostra C., a cura di (2017), *Longobardi. Un popolo che cambia la storia*, Skira, Milano.
- Gasparri S. (1983), *La cultura tradizionale dei longobardi. Struttura tribale e resistenze pagane*, Spoleto.
- Kurze W. (1980), *La lamina del Bargello: usurpazione o diritto?*, in Atti del VI Congresso Internazionale di Studi sull'Alto Medioevo, Spoleto, 447-456.
- Lusuardi Siena S.I., a cura di (2004), *I signori degli anelli*, Vita e Pensiero, Milano.
- Menis G.C., a cura di (1990), *I longobardi*, Electa, Milano.
- Paolo Diacono (1992), *Storia dei longobardi*, a cura di L. Capo, Mondadori-Fondazione Valla, Milano.
- Roma G. (2010), *I longobardi del sud*, Bretschneider, Roma.

Commentato [FF9]: Inserire casa editrice

Commentato [FF10]: Casa editrice?

2. Adeguare le pompe alli t[em]pi procellosi. Leggi suntuarie e carestie nella Ragusa (Dubrovnik) del XVI secolo

di Stefano D'Atri

Abstract

Ragusa, located at the center of a very important crossroads for the modern economic system, since the 15th Century, has built its power and wealth by making an agreement, mutually beneficial, with the Ottoman Empire. An aristocratic-mercantile Republic that has strength in social control and in the search of a priority choice for good living for its subjects.

The analysis of the Sumptuary laws can help us to understand an aspect of this system: through the “control of pomp”, the ruling classes of Ragusa try to adapt their image to the economic and social choices which they carry out.

Premessa

“Quanto alle donne ragusee, elleno nel vestire, e in ogn’altro affare, sono honestissime” (Razzi, 1595, 132).

A leggere le cronache e le descrizioni della repubblica di Ragusa sembrerebbe di trovarci di fronte, almeno nel Cinquecento, a una realtà quasi spirituale, dove la grazia e la devozione fanno da padrone: come dirà Philippe du Fresne-Canaye nel 1573, a Ragusa non solo le donne “sont très dévotte, vont souvent à l’église et y restent longtemps”, ma “se laissent voir aux fenêtres, mais personne ne les fréquente chez elles, et celles de la ville ne se servent pas de fard” (1897, 18).

Solo su di una cosa non si trova l’accordo: sulla bellezza. Se per Francesco Maria Appendini “la natura non fu mai scarsa, ed avara coi Ragusei” (1802, 192), Cesare Vecelio laconicamente scrive che “ordinariamente sono poco belle” (1590, 349), mentre Nicolas de Nicolay – con perfidia tutta francese

– afferma che le donne di quella città “ne font gueres belles, & s’habillent affiez mal proprement” (1577, 257). Anche se, come sottolinea Janeković Römer, quando i viaggiatori “particularly Frenchmen, were not at all delighted by female fashion in Dubrovnik”, doveva essere considerate più che altro “a matter of taste” (1996, 164).

Oggi sappiamo bene che “way of females dress in a male dominated society reveals the structure of the male-female relations and of the social relations” (Janeković Römer, 1996, 163). Ma sappiamo anche che studiare il modo in cui vengano strutturate e gestite – attraverso quelle che vengono chiamate le leggi suntuarie – all’interno di una realtà politica, ci possono anche aiutare a capire i meccanismi del potere. A Ragusa questa possibilità è ancora più chiara e definita.

Posta al centro di un crocevia importantissimo per il sistema economico mediterraneo in età moderna, la repubblica di Ragusa ha costruito la sua potenza e la sua ricchezza stringendo un accordo con l’Impero ottomano, veramente vantaggioso per entrambi i contraenti (d’Atri, 2014; Biegman, 1967). Una repubblica aristocratico-mercantile che aveva nel controllo sociale uno dei suoi punti di forza e nella ricerca del buon vivere per i propri sudditi una scelta prioritaria. Ecco allora che l’analisi delle leggi suntuarie può aiutarci a capire un aspetto di questo sistema: attraverso il “controllo dello sfarzo”, i ceti dirigenti ragusei cercano di adeguare la loro immagine alle scelte economiche e sociali che portano avanti.

Questa analisi verrà svolta focalizzando l’attenzione sul XVI secolo. In realtà, già a partire dal Trecento, la repubblica aveva creato un corpus legislativo adatto alle esigenze del controllo dello sfarzo (Dinić-Knežević, 1974; Janeković Römer, 1996), ma è nel Cinquecento che queste leggi svelano tutto il loro potenziale: è questo un periodo di carestie – a Ragusa e, in generale, in tutto il Mediterraneo (d’Atri, 2010 e Braudel, 1986) – particolarmente dirompenti ed è proprio per affrontarle nel migliore dei modi che la nobiltà al potere mette a punto una serie di iniziative che svelano la sua capacità di porsi come ceto dirigente “moderno” (fig. 1).

1. Le leggi suntuarie del XVI secolo

Tra il 1502 e il 1576 la repubblica di Ragusa emana 13 provvedimenti *super pompis*. Per meglio evidenziare il rapporto esistente tra economia, politica e controllo sociale, ho distinto due periodi, contrassegnati da diverse ragioni alla base dell’emanazione delle norme suntuarie.

1.1. 1502-1532

I 6 provvedimenti emanati in questo trentennio sono quelli in cui risulta più evidente la relazione tra normativa e crisi economica e che può essere riassunto con la dichiarata lotta – evidenziata in tutte le pubbliche prese di posizione dei ceti dirigenti ragusei – alle spese eccessive.

La relazione tra leggi suntuarie ed economia non è, ovviamente, una prerogativa della sola Ragusa. Nello regno di Napoli, come evidenzia Alida Clemente, le stesse prammatiche suggeriscono “una forte interessenza tra le motivazioni etiche e quelle economiche della regolazione del lusso”. Sin dalle prime disposizioni, infatti, l’assunto ricorrente è quello di moderare “i comportamenti vistosi e le spese (‘evitare l’eccessivo danno di spese et interesse’) per beneficiare l’economia del regno (‘utilità et beneficio di questa Città, et di tutto il Regno’)” (Clemente, 2011, 135).

Quello che rende il caso raguseo particolarmente interessante è la stretta sovrapposizione e interrelazione tra la normativa che disciplina il lusso e la costruzione di un sistema annonario, in un contesto generale volto alla regolamentazione dell’economia e al controllo sociale: lo sfarzo rappresenta un pericolo per la “bontà” della città (Janeković Römer, 2003, 27). Questi, infatti, sono anni in cui Ragusa deve affrontare carestie e crisi granarie, ma in cui non è ancora andato a regime il sistema di approvvigionamento della repubblica, che non a caso inizia in quegli anni ad essere organizzato (d’Atri, 2010, 2012).

Da una parte – per la prima volta nel giugno 1503 e poi, in maniera più strutturata, nel dicembre 1514 – si liberalizza il mercato (d’Atri 2012, 47 e 52): ma, se nel primo caso si era in presenza di una carestia che, sebbene risparmierebbe Ragusa, si prevedeva molto intensa, nel secondo Ragusa lo decide, per così dire, da una posizione di forza, per una precisa scelta politico-economica.

Nel primo decennio del Cinquecento, poi, la repubblica inizia ad attuare quello che ho definito il “servizio obbligatorio del grano” (d’Atri, 2012, 52), sino ad arrivare al 1529, anno in cui troviamo la prima testimonianza dell’utilizzo di quello che il Senato definirà nel 1532 “pro quartis fru[men]ti” (ACR, sv. 41, fol. 100 v.), ovvero il dovere per tutti i patroni ragusei di trasportare a Ragusa ¼ del carico di frumento e consegnarlo nelle mani dei massari blavarum (ACR, sv. 39, fol. 1 v.).

Questo è il contesto economico e politico in cui i ceti dirigenti ragusei iniziano a pianificare una strategia per mettere sotto controllo lo sfarzo: non a caso il primo provvedimento, del 1503, viene varato ai primi avvisi della carestia. Il 3 febbraio il Senato di Ragusa, sotto il generico titolo di “providementum sup[ra] vestimentis mulieri”, rende pubblico quello che può essere considerato una specie di manifesto ideologico di questa repubblica mercantile-nobiliare, quella in cui un “bono governo” deve “imitare el costume de

Commentato [FF11]: Nel?

Commentato [FF12]: minuscolo

Commentato [FF13]: minuscolo

boni marinai”: come questi, che quando la fortuna non è propizia “chalano le vele et navigano a secho”, così bisogna adeguare “le pompe alli t[em]pi procellosi” (ACR, 29, fol. 108 v.).

Del resto, quello del preambolo di taglio descrittivo e moralistico rappresentava una caratteristica di tutte le disposizioni suntuarie europee di età moderna (Muzzarelli, Campanini, 2003). Ma, ancora una volta, nella repubblica di S. Biagio si presenta con caratteristica diverse: se la presenza di “un intento moralizzatore”, come nel caso napoletano studiato da Clemente, risulta “coerente con lo spirito tridentino della controriforma” (2011, 135), a Ragusa non solo compare molto prima, ma rappresenta un aspetto di un più generale intervento regolatore pubblico.

Le norme suntuarie, infatti, rientrano a pieno titolo non solo nella crescente tendenza del governo a invadere la privacy dei suoi cittadini, ma anche nella formazione dello “stato” raguseo nel tardo Medioevo, caratterizzato dal dominio politico sulla Chiesa. Alla base del discorso paternalistico c’è la convinzione che fosse responsabilità dello stato controllare la disciplina dei cittadini tanto nella vita privata quanto in quella pubblica: la repubblica “was determined to model the mentality and behaviour of its subjects by drawing on the Christian moral doctrine and by taking over the jurisdiction of the church on these matters” (Janeković-Römer, 2003, 43).

Dopo un paio di interventi minori riguardanti le spose e “manufactura cordillas de auro et manufactura capparem mulieris” (ACR, 29, fol. 110 v. e 123 r.), nel 1504 il Senato vara un “reportum [...] sup[ra] dotibus vestimentis et ornamentis [...]”:

Visto e considerato che la cupidita humana e tanto cresciuta che hogi di ne contraher de matrimonii non se cura altro che denarii et la ultima cura de li zoveni che se affidano sia di intendere la origine la bonta li costumi et altre parte che se hanno ad recerchare in la zovene, et visto et considerato che in vanum se fano p[er] el regimento n[ost]ro li ordini sup[ra] le dote p[er] che ogni uno tanto li nobili quanto li altri cittadini n[ost]ri contrafano alli dicti ordini [...] pare alli s. provveditori che sup[ra] el facto de le dote et de li vestimenti et ornamenti che se dano in la citta n[ost]ra ultra li oridini et p[ro]vedimenti antea facti li quali tuti [...] restano se debea fare questa nuova p[ro]visione (ACR, 29, fol. 228 r.).

Se i provveditori devono leggere i libri dei patti matrimoniali per cercare i contravventori, in questo caso – ma in futuro l’atteggiamento del governo raguseo cambierà – è previsto che “non se possa fare grazia salvo p[er] tuti consiglieri delli consigli n[ost]ri” (ACR, 29, fol. 228 v.).

Nel 1510, poi, il Senato inizia a prendere posizione su quello che, da lì a poco, diventerà uno dei *leitmotiv* del proprio intervento legislativo, ovvero i “portamentis sfogiatas introductis in civitate et distrecto n[ost]ro”: bisogna

Commentato [FF14]: minuscolo

Commentato [FF15]: suntuarie?

Commentato [FF16]: minuscolo

Commentato [FF17]: corretto il verso?

“[...] refrenare li i[n]moderati appetiti de la iuventu dissoluta p[er] le novita introducte in la citta et distretto n[ost]ro”, dal momento che sono in pericolo “[...] honesta e morigerato viver de li n[ost]ri” (ACR, 31, fol. 202 r.).

Questa prima fase troverà il suo culmine nel giugno 1515, con una serie di provvedimenti ancora più restrittivi. L’assunto di partenza è che il lusso porta la città alla rovina

la cosa manifesta che ogni cittade in la quale se introducono spese sup[er]flue et exorbitante in breve tempo sole declinare al basso imp[er]o ogni magistrato de bono governo volendo conservare el suo stato Le tenuto obviare a decte spese et quelle temperare et modificare [...] (ACR, 33, fol. 173 v.).

Ecco allora che il broccato e la seta potranno essere utilizzati solo per le maniche e per i vestiti matrimoniali, mentre sono espressamente vietate decorazioni d’oro odi argento, collane, ricami o pellicce costose. I provvedimenti contengono un attacco frontale alle nuove mode e non a caso si esplicita, tra l’altro, che le mantelle devono essere più corte e strette, alla “maniera di Ragusa”. È evidente il richiamo alle consuetudini cittadine: già lo stesso statuto del 1272 faceva riferimento alla “consuetudinem civitatis Ragusii” (Statut, L. IV, III, 242).

A dare, però, il senso della durezza di questo intervento, ci sono le pene previste: da una parte, come sempre nella legislazione ragusea viene favorita la denuncia, dall’altra si prevede 1 anno di carcere per i cittadini e 5 anni di esclusione dai pubblici uffici. Per la prima volta, assistiamo – a testimonianza della gravità della situazione – alla perdita dei privilegi per i nobili

Da subito, però, il provvedimento appare talmente restrittivo da creare qualche problema, come si può evincere dal fatto che nel luglio dello stesso anno, a un solo mese dalla sua proclamazione, viene per ben due volte “alleggerito”. Ma non viene meno l’attenzione verso le mode straniere: nel 1516, infatti, viene ribadito l’uso dei vestiti al “modo di Ragusa” contro “aliquas novas fogias”, che sia quella alla fiorentina ma anche quella dalla Morlacchia (ACR, 33, fol. 292 v.).

Ancora una volta i ceti dirigenti della repubblica hanno ben chiaro qual è la posta in gioco: l’incremento delle spese per il cambiamento della moda sovverte l’ordina sociale, dal momento che creava vistose differenze sociali, sovvertendo la consuetudine. Il cambiamento delle mode e l’individualismo delle nuove generazioni vengono ostacolati dal governo con la precisa e dichiarata volontà di preservare i simboli che conservano l’integrità della città (Janeković-Römer, 2003, 28).

Nel 1532 il Senato vara quello che può essere considerato il provvedimento più ambizioso di tutta la legislazione ragusea, diviso in quattro sezioni e ben 49 articoli, che arriva al termine di un “reporto fatto D. off[icia]les

pomparum” (ACR, 41, foll. 42 r.). Un intervento a 360 gradi volto alla completa regolamentazione della materia. Come era logico aspettarsi, la maggior parte degli articoli (24) è dedicata a “quale modo ci parebbe esser honesto et conveniente circa li vestimenti si usano in città n[ost]ra da le donne, removendo er resecando tutte vanita [sic] et cosse superflue [...]”, ma non mancano articoli – ben 10 – che si occupano de “[...] li vestimenti si usano in città n[ost]ra dalli homini” e, soprattutto, ben 3 articoli che riguardano le “spesae ingordae de li Rettori [...]” (ACR, 41, foll. 45 r. e 54 r.).

Dopo 30 anni dal primo intervento, la repubblica ha ultimato il suo impianto legislativo ed è pronta ad entrare in uno dei periodi più difficili della sua storia, un periodo che, però, dimostra tutta la forza e l’organizzazione del sistema messo a punto dai suoi certi dirigenti.

1.2. 1539-1576

I 7 provvedimenti presi in questo periodo possono essere considerati soprattutto una gestione dell’esistente, con dei tentativi di riorganizzazione delle norme in cui, secondo le parole degli stessi provveditori cittadini pronunciate nel 1558, “sono expresse tante minutiae, che li paiano superfluae si per la difficulta del eseguirle, quanto se cumphende [...]” (ACR, 54, fol. 153 r.).

In realtà, nel 1548, si interviene nuovamente, soprattutto per quanto riguarda gli accessori degli abiti delle donne, come fazzoletti e collane (ACR, 48, foll. 132 v. e 134 v.). Ma quello che colpisce, questa volta, è il tono dell’immancabile preambolo, decisamente meno “preoccupato” e con più contenuti accenti moralistici:

Benche per varii provvedimenti sin hora fatti sia stata limitata la spesa, quale se deve fare nelli vestimenti de gli huomini delle donne e donzellae, accio che [...] modestamente havesse de vestirsi, ne fare piu di q[ue]llo che la modestia e civilita ricerchi. Nondimeno veddendosi che tali eccessive pompae con difficulta se possano resecare, pare alli ss. provveditori della Terra se debbia per levare queste pompae quale suono [sic] la ruina delle private facultade (ACR, 48, fol. 131 v.).

I ceti dirigenti ragusei sono consapevoli della bontà del grande lavoro svolto. Se nel maggio 1554 i provveditori della città affermano che ormai non si può escogitare più nulla, “[...] per non occupare gli anemi delli cittadini n[ost]ri” e il tempo degli ufficiali nel leggere tutti i provvedimenti (ACR, 52, fol. 90 r.), otto anni dopo non possono fare a meno di affermare che in “tutti li provvedimenti fatti dal 1532 sin hoggi, [...] trovano essere stato espresso, tutto quello si puo immaginare e pensare” (ACR, 56, fol. 137 r.).

Commentato [FF18]: minuscolo

Commentato [FF19]: provvedimenti e puo?

Non per questo si abbassa la guardia. L'attenzione è, come sempre, rivolta alla conservazione delle tradizioni cittadine, baluardo contro la disgregazione sociale. E perciò, visto che “la vanità [sic] del mondo giornalmente rap[rese]nta qualche cosa [...] contra li buoni costumi” il Senato ritiene di dover nuovamente intervenire “per risecare e levare le cosse modernamente introdotte, contra la forma delle n[ost]re Legi” (ACR, 56, fol. 137 r.).

Ma è il contesto generale quello su cui bisogna soffermarsi per comprendere sino in fondo la peculiarità di Ragusa. Perché gli anni che stiamo esaminando sono quelli delle grandi carestie che investono il Mediterraneo. Ragusa si trova ad affrontare gravi crisi, tra cui la peggiore è sicuramente quella del terribile biennio 1539-40, quando fu colpita dal “doppio flagello” (Frari, 1840, 358), ovvero una fortissima carestia seguita da una devastante epidemia di peste (d'Atri, 2010, 79).

Ma la novità rispetto al periodo precedente è il fatto che il sistema annuario raguseo, basato sul rapporto privilegiato con l'Impero ottomano, ha iniziato a funzionare. E non solo: nel 1541 Ragusa comincia a pianificare la costruzione dell'imponente nuovo granario che, terminato agli inizi degli anni Sessanta, consentirà una capacità di stoccaggio delle scorte cerealicole pari a 30 mila stara, ovvero il fabbisogno di oltre 9 mila persone. In altre parole, questo significa che la repubblica si dota una struttura che le consente di coprire il fabbisogno di tutta la popolazione cittadina (d'Atri, 2012, 49-50) quando a Venezia, i tre granai – due per i cereali e uno per il miglio – arrivano a coprire “solo” il 40% (Mattozzi, Bolelli, Chiasera e Sabbioni, 1983, 288).

Per capire sino in fondo l'importanza del sistema raguseo dobbiamo, però, considerare prima di tutto che Ragusa, come ho già avuto modo di affermare, “giocava su due tavoli” (d'Atri, 2014, 487-506): da una parte, infatti, “a partire dal dominio Aragonese nel XV secolo, la repubblica godeva di speciali privilegi per importare cereali dal Regno di Napoli”, dall'altra “era la sola “nazione” [...] a cui era permesso comprare grano nei territori dell'Impero, persino nel Mar Nero nel XVI secolo, quando all'intera regione intorno al “lago ottomano” era stata assegnata la funzione esclusiva di provvedere ai bisogni alimentari di Istanbul” (d'Atri, 2014, 493).

Cosa significa tutto questo? Significa, soprattutto, poter affrontare con minor rischi le crisi granarie che, nel Mediterraneo di età moderna, costituivano una sorta di “normalità” (Braudel, 1982, 89; 1986, 614).

Anche perché – è sempre Braudel a sottolinearlo – il “dramma del grano importato da lontano, e anche da molto lontano [...] misura la fame degli uomini, ma misura anche la ricchezza degli acquirenti” (1986, 631). L'analisi delle carestie del XVI secolo ha dimostrato come la repubblica abbia saputo affrontare nel migliore dei modi le crisi che via via si sono succedute nel corso del secolo. E questo grazie tanto al rapporto privilegiato con la

Porta quanto alle enormi possibilità finanziarie messe in campo dalla repubblica, soprattutto nel XVI secolo.

E la legislazione suntuaria in questo periodo deve essere considerata anche in funzione di questo enorme sforzo finanziario che Ragusa farà per garantire prosperità e sviluppo, in un contesto difficile e ostile, come quello del Mediterraneo in età moderna.

Conclusioni

Quali sono, in conclusione, le caratteristiche più importanti della legislazione suntuaria ragusea?

Prima di tutto un pragmatico accento dei legislatori sull'esagerata spesa in tempi di crisi, conseguenza questa delle novità della moda e non delle donne in quanto tali. Un aspetto che distingue questa dalla legislazione della penisola italiana, più intrisa di moralismo controriformistico (Janeković-Römer, 2003).

Altro punto caratterizzante è il fatto che a Ragusa la legislazione non fa accenno a differenze di status, dal momento che queste erano già state sancite precedentemente (nei vari statuti). Una caratteristica – quella della “assenza di distinzioni di “gradi” nelle prescrizioni e nelle esenzioni” (Donati, 1988, 131) – che ha in comune con Venezia e che, ancora una volta, la distingue dalle altre realtà italiane.

Senza dimenticare lo stretto legame, più volte sottolineato, tra leggi suntuarie e ordine pubblico: in pericolo è, in definitiva, la “bontà” della città.

Eccolo, allora, che ancora una volta Ragusa si presenta come una realtà “diversa”, difficilmente riconducibile a un modello, tantomeno a quello italiano: anche in questo caso – come ho già evidenziato per il sistema annonario – questa diversità rende quelle realtà più visibili attraverso la propria “peculiarità” (d'Atri, 2012, 41).

Riferimenti bibliografici

- Appendini F.M. (1802), *Notizie storico-critiche sulle antichità, storia e letteratura de' Ragusei*, Dalle Stampe di Antonio Martecchini, Ragusa (reprint Bologna: Arnaldo Forni Editore, 1970).
- Biegman N.H. (1967), *The Turco-Ragusan relationship according to the firmāns of Murād III (1575-1595) extant in the State Archives of Dubrovnik*, Mouton, The Hague-Paris.
- Braudel F. (1982), *Civiltà materiale, economia e capitalismo*, I, *Le strutture del quotidiano (secoli XV-XVIII)*, Einaudi, Torino.
- Braudel F. (1986), *Civiltà e imperi nel Mediterraneo nell'età di Filippo II*, 2 voll., Einaudi, Torino 1986.

- Clemente A. (2011), *Note sulla legislazione suntuaria napoletana in età moderna*, “Dimensioni e problemi della ricerca storica”, 1, 133-162.
- d’Atri S. (2008), “*Adi 2 di marzo 1590 porta fornita*”. *Rupe, il granaio di Ragusa (Dubrovnik)*, “Mélanges de l’École française de Rome. Italie et Méditerranée”, 120, 2, 569-580.
- d’Atri S. (2010), “*Per conservare la città tributaria et divota*”. *Ragusa (Dubrovnik) and the 1590-91 crisis*, “Dubrovnik Annals”, 14, 7-23.
- d’Atri S. (2012), “*Le navi e il mar, invece di campi e d’oliveti, tengono la città abbondante d’ogni bene*”. *Il sistema annonario di Ragusa (Dubrovnik) in età moderna*, “Storia Urbana”, 134, 31-56.
- d’Atri S. (2014), “*La qualità della n[ost]ra vicinanza, et sito dove siamo collocati ci ha astretti*”: *L’ompero ottomano visto da Ragusa (Dubrovnik)*, in S. Siniscalchi, a cura di, *Studi del L.A.CAR.TOPON.ST. Scritti in onore di Vincenzo Averzano*, Salerno, Beograd.
- De Nicolay N. (1577), *Les navigations, pèrègrinations et voyages faits en la Turquie*, Par Guillaume Silvius, Anvers.
- Dinić-Knežević D. (1974), *La position des femmes à Dubrovnik au XIII^e e XIV^e siècle*, Beograd.
- Donati C. (1988), *L’idea di nobiltà in Italia. Secoli XIV-XVII*, Laterza, Roma-Bari.
- du Fresne-Canaye Ph. (1897), *Le voyage du levant*, Ernest Leroux, Paris.
- Frari A.A. (1840), *Della peste e della pubblica amministrazione sanitaria*, Antonelli, Venezia.
- Janeković Römer Z. (1996), *Noble woman in Fifteenth-century Ragusa*, in *Women and Power in East Central Europe - Medieval and Modern*, ed. Marianne Sághy. *East Central Europe*, Special Issue, 20-23, 1, 141-170.
- Janeković Römer Z. (2003), *Nasilje zakona: gradska vlast i privatni život u kasnosrednjovjekovnom i ranonovovjekovnom Dubrovniku [La violenza della legge: governo cittadino e privacy in Dubrovnik tra tardo medioevo ed età moderna]*, “Analiz”, XLI, 9-44.
- Mattozzi I., Bolelli F., Chiasera C., Sabbioni D. (1983), *Il politico e il pane a Venezia (1570-1650): calmieri e governo della sussistenza*, “Società e Storia”, 20, 271-303.
- Muzzarelli M.G., Campanini A., a cura di (2003), *Disciplinare il lusso. La legislazione suntuaria in Italia e in Europa tra medioevo ed età moderna*, Carocci, Roma.
- Razzi S. (1595), *La storia di Ragusa*, per Vincentio Busdraghi Lucca (reprint Bologna: Arnaldo Forni Editore, 1980).
- Statut Grada Dubrovnika*, Državni Arhiv u Dubrovniku, Dubrovnik 2002.
- Vecelio C. (1590), *De gli habiti antichi, e moderni di diverse parti del mondo libri due, fatti da Cesare Vecellio & con discorsi da lui dichiarati*, Damian Zenaro, Venetia.

Commentato [FF20]: Corretto?

Commentato [FF21]: Inserire città

Commentato [FF22]: Inserire casa editrice e città

Commentato [FF23]: Qual è il nome della rivista?

Commentato [FF24]: In che senso?

Commentato [FF25]: Cosa rappresenta?

Commentato [FF26]: È un riferimento bibliografico?

Fonti archivistiche

DAD: državni arhiv u dubrovniku [archivio statale di dubrovnik].
 ACR: serie iii, *acta consilii rogatorum*.

3. *Vestimenti valdesi d'età medievale e prima età moderna*

di Alfonso Tortora

Abstract

Regarding the aspects of dressing, it seemed interesting to focus on the way Waldensian women were dressed. As we all know, the female area in the Waldensian area proves to be particularly receptive to heresy and the participation of women in the heterodox movement is quite remarkable.

1. La cuffia valdese come fattore d'identità

“Mettili il grembiule azzurro e la pezzuola di bianca seta a vivi fiori rosati, la tua cuffietta bianca, medioevale, miracolo di grazia e di pazienza, ricamata, insaldata, pieghettata, prezioso dono delle avole tue trasmessoti per secoli” (Meille, 1964, 211-212).

Così Ada Meille in una raccolta di poesie, in cui si raggruppano in chiave lirica ben nove secoli di storia valdese e pubblicata in Torre Pellice – nel cuore delle Valli valdesi – nel 1964. Indicativa e fondamentale in questa collezione di poesie appare il riferimento alla “cuffietta bianca” (detta *cuffio* (AFV, *Costumi Valdesi, doc.*), il cui utilizzo tra le donne valdesi viene documentato, storicamente, da un tradizionale passaggio da madre a figlia (Revel, 2001, 35). Con l'andar del tempo, a differenza degli abiti, lo “scuffiotto” non muta il proprio aspetto e rimane in uso nella comunità valdese, diventando uno dei simboli **contrassegnanti una minoranza religiosa e, più precisamente, quella “valdésité”** – ha scritto Danièle Dossetto – che “n'est pas réductible à l'appartenance confessionnelle” (1994, 261). Già, “valdésité”!

Commentato [FF27]: ?

Commentato [FF28]: Manca “di” ?

Anche se con Gabriel Audisio e con lo stesso Dossetto dobbiamo ammettere che l'impiego del lemma “valdésité ne suffit pas à identifier une appartenance” (Audisio, 2016, 63) e lo stesso “costume est évidemment discutabile” (Dossetto, 2003, 406), va detto che le fonti che descrivono l'abbigliamento femminile delle Valli valdesi pongono in particolare evidenza la descrizione della cuffia e tutti concordano sul fatto che sia l'elemento più importante e prezioso del vestire delle donne valdesi. Non è un caso, ad esempio, che nel momento in cui i valdesi ottennero i propri diritti civili – concessi da Carlo Alberto di Savoia con “Lettera patente” il 17 febbraio 1848 – le donne si recassero al culto di ringraziamento indossando la cuffia più bella (Revel, 2001, 37; Pons, 1948, 235-6); ma era questo anche il momento in cui, sfilando in corteo (o possiamo anche dire in processione) lungo il territorio per raggiungere il tempio, si ponevano in mostra i vestimenti valdesi, tra cui spiccava il caratteristico copricapo femminile, la cuffia appunto, l'elemento di autentico raccordo tra la storia passata – quella medievale e della primissima età moderna (Audisio, 2015; Tortora, 2017) – e quella presente del valdismo delle vallate alpine.

In un'affascinante relazione che il medico e naturalista inglese William B. Worsfold ci ha lasciato del viaggio compiuto presso le Valli valdesi (precisamente a Villar Pellice) nel 1899, si legge una interessante descrizione della domenica del primo maggio di quell'anno, dalla quale si raccoglie una sensibile differenza tra i cattolici e i valdesi a partire proprio dai diversi vestiti che indossavano, ciò con particolare riguardo proprio alle donne, che calzavano “le loro bianche cuffie valdesi” (Revel, 2001, 37; Tourn, 1994, 324-5).

Le ragazze – annotava Worsfold – portavano le bianche cuffie valdesi; indossavano scialli ripiegati a triangolo sulle spalle e incrociati sul petto che, passando sotto le braccia, erano annodati alla vita. Le loro cuffie erano di fine batista, guarnite con un grazioso pizzo e ogni ragazza portava un vivace fiocco legato al collo (Revel, 2001, 37-8; Tourn, 1994, 325).

Per le donne valdesi dell'Ottocento e fino agli anni Trenta del secolo scorso (anni considerati fondamentali, ha scritto Dossetto, “dans la détermination du costume comme emblème culturel majeur” (1994, 261-2) mostrarsi in pubblico con una particolare cuffia sul capo costituiva una pratica essenzialmente legata al decoro richiesto dalle attività culturali. Decoro che già sul finire degli anni Venti del Novecento, proprio dalle colonne di *Gioventù valdese* (un mensile di poche pagine nato per “maggiormente valorizzare il valdismo tra i giovani”) (Rognoni Vercelli, 1991, 24 ss.), il pastore valdese Teodoro Balma denunciava come irrimediabilmente decaduto. Nel numero 4 del maggio 1928, parlando delle “origini del costume valdese”, Balma annotava – non senza enfasi – che:

Commentato [FF29]: Dove chiude?

Ai nostri giorni (intendo: secolo XX) il costume valdese è un po' decaduto perché: 1) non è tenuto nel dovuto onore da ogni donna valdese; 2) gli si sono aggiunte le raffinatezze della moda europea del Novecento; 3) non se ne comprende l'intimo valore, non solo locale, ma *religioso* (1928, f. 2).

Sul "significato religioso", che il costume valdese evocava al solo vedersi, Balma si soffermava ancora sulle colonne di *Gioventù valdese* nel luglio del 1928 con queste parole:

Portare il costume del popolo nostro equivale a fare una professione di fede aperta e cosciente; e non è soltanto l'adornarsi di un bel costume dai colori spesso sgargianti, ma è anche e soprattutto un far vedere, a chi non sa, l'impegno che di fronte alla sua fede la giovane, la donna valdese sa assumere e mantenere. Potremmo mai immaginarci che colei che indossa il costume Valdese sia capace di trascinarlo nel fango? No, nevvvero, perché quell'abito esterno testimonia della semplicità, dell'innocenza della purezza interna. V'è dunque qualche cosa nel costume della donna Valdese che non è solo ricamo o cuffia. E esso è il costume delle donne che discendono spiritualmente da quell'eletta schiera, la quale annovera fra l'altre Margherita Latoda, Camilla Guarina, Anna Mondon, Isabella Chauvie, Margherita Araud... Eppure, oggi, il costume Valdese non è tenuto nel dovuto onore da ogni donna Valdese. Premetto però che questa triste considerazione non riguarda, in generale, le nostre parrocchie più montane: non mancano per fortuna le cuffie a Rodoretto, a Praly, a Bobbio, ad Angrogna. Ma ho udito talora qualche Valdesina della pianura [...] sospirare al pensiero che in una non lontana ricorrenza esso sarebbe stato necessario. Credo che le cause dei sospiri siano più... uniche che rare: mi limiterò perciò a ricordarle, bastando l'accento per confutarle. 1° Vi è una innegabile difficoltà pratica (e tutte lo sanno) nell'indossare il costume, e la cuffia in particolar modo può costituire un reale ... spavento. 2° Il costume è antico; le Valdesine che vogliono (o che senza *volere* sentono il ... *dovere*) seguire la moda di Parigi, preferiscono il "Tailleur" o qualche altra foggia di vestire più attuale [...] (1928, f. 2).

Sul finire degli anni Venti del secolo scorso, dunque, quando si parlava di costume valdese il riferimento era, inequivocabilmente, all'abbigliamento femminile (avendo gli uomini fin da subito perso, per motivi pratici, "la foggia di vestire locale" (Pons, 1958, 3), il cui elemento distintivo era rappresentato, accanto alla veste, il grembiule e allo scialle, dalla cuffia, ciò che poteva costituire per le "valdesine" di inizio secolo – sottolineava Balma – "un reale spavento". Si pensi, ad esempio, alle bambine o alle giovanette valdesi del primo Novecento, quando nel tempo della loro infanzia (dai cinque o sei anni) dovevano calzare una cuffia di colore nero e solo successivamente, con il passaggio alla vita adulta (oltre i diciotto anni) il colore della cuffia diveniva bianco (AFV, cartolina di inizio Novecento, doc. 2). Ciò si

Commentato [FF30]: Dove chiude?

imponere come pratica testimonianza (usanza risalente nei secoli) del momento in cui anche le donne diventavano membri di chiesa a tutti gli effetti, esercitando il diritto di partecipare alla Santa Cena (Jahier, 1938, 9; AFV, anni Venti del Novecento, doc. 3; AFV, fotografia dei confermandi, doc. 4).

A questo punto del discorso, però, sembra opportuno estendere lo sguardo sul vissuto storico di queste comunità confessanti la fede valdese e cercare di comprendere da quando sia documentato l'uso di questo specifico copricapo (e, più in generale, l'abbigliamento delle donne valdesi) divenuto progressivamente sia espressione di riconoscimento e designazione sociale, escludendo qualsiasi equivoco, sia come prerogativa ornamentale delle donne valdesi che si recavano al culto.

2. Il sistema dotale valdese. Un tema di lunga durata

Nata da uno spontaneo impeto di fede del mitico mercante lionese *Valdesius* sul finire del secolo XII, la storia di queste comunità fu caratterizzata fin dal primo apparire dal fatto che esse furono respinte dalla Chiesa romana e, pertanto, espulse dall'alveo della Chiesa cattolica. Questo vuol dire che ben presto queste genti, per sopravvivere alle persecuzioni religiose, dovettero collocarsi ai margini della società del secondo Medioevo. In questa marginalizzazione trovarono applicazioni alcune regole del vivere in comunità. Ovviamente si trattava di comunità chiuse, dove la trasmissione delle proprie tradizioni di vita individuale e sociale da padre a figliolo, da madre a figliola costituiva l'unico modo per preservare la continuità del movimento valdese nella storia. Movimento che, ben sappiamo, fin dal 1184, accanto ai catari e ad altri gruppi dissenzienti, sulla base di una precisa politica papale (e non solo papale) rientrò tra gli eretici del tempo (Benziger, 2009, 39-52).

Tra le tradizioni che le comunità valdesi del Medioevo seppero ben conservare – soprattutto grazie all'operato dei barba, i predicatori itineranti, il cemento unitario delle comunità (Audisio, 2007) – figurava anche il modo con cui si regolava il sistema dotale a favore delle donne. Si trattava di un sistema che, per una consuetudine legata alla fede valdese mantenuta viva dai Barba fino alla metà del Cinquecento circa, si muoveva entro canoni irrisori molto precisi, fissando in questo modo una sottile regola di natura indubbiamente economica tra gli appartenenti alla stessa comunità, ma con una valenza sociale legata alle proprie convinzioni religiose (Tortora, 2017, 69 ss.; Ciaccio, 2015, 47 ss.).

Uno dei più notevoli aspetti dei capitoli matrimoniali è dato dal fatto che nelle note e nelle formule giuridiche si riflettono notizie che nella usanza e nella dottrina del tempo tendono a regolare, mediante la celebrazione delle

nozze, la pratica dell'istituto dotale e quella dei lucri muliebri, vale a dire i rapporti patrimoniali fra le parti in causa (Tortora, 2017, 43-69). Ma è proprio attraverso queste informazioni che possiamo cogliere la più minuziosa e frammentata diversificazione territoriale dei rapporti patrimoniali fra coniugi. Rapporti patrimoniali fra coniugi vuol dire anche assegnazione della dote alla donna e in questa attribuzione figurano, in genere, anche i capi di abbigliamento.

Per l'area delle valli del Piemonte, in cui sono documentate presenze valdesi a partire dal 1220 (Molnár, 1974, 92), nelle costituzioni dotali guardate da Teofilo Pons per il secolo XVIII era consuetudine assegnare alle donne, “[...] accanto ad altri capi di vestiario come gonne o cotte, feudali, camicie, corpetti ecc.”, anche “trenta, quaranta, fino a cinquanta cuffie con o senza pizzetti, per i giorni feriali, cuffie di tela, di lino, di garza, lunghe o rotonde, nuove od usitate” (1958, 4; Jahier, 1938, 6). L'assegnazione di un numero così consistente di cuffie ad una donna in un corredo matrimoniale – è stato opportunamente notato da Pons – implica l'uso quotidiano di questo capo d'abbigliamento nei giorni sia feriali che festivi (1958, 4).

Che questo capo di abbigliamento fosse in uso ancor prima del Settecento è documentato a chiare lettere da una terrificante immagine riportata dallo storico valdese Jean Léger nella sua *Histoire générale des Eglises Evangéliques des Vallées de Piémont ou Vaudoise* [...], stampata a Leida in due volumi nel 1669. Al capitolo IX del secondo volume, nel raccontare in sintesi “des funestes massacres de l'an 1655” perpetrati dalle milizie cattoliche contro i valdesi delle valli piemontesi, Léger riporta l'immagine del martirio di due donne, *Marguerite Revel*, del villaggio di San Giovanni, e *Marie de Praviellelm* (donna di novant'anni e cieca, pure di San Giovanni (Léger, 1669, 108), le quali portano l'abito valdese con relativa cuffia sul capo (doc. 5).

Come di recente è stato notato, per il Seicento e il Settecento l'importanza dell'*Histoire générale des Eglises Evangéliques* risiede soprattutto nei “caratteri tipici di una storiografia valdese – distinta da quella più genericamente “Riformata – dell'epoca classica” (Tron, 1993, 82). Ciò vuol dire che Léger scrisse quest'opera, prestando molta attenzione alle tradizioni delle Valli valdesi con il dichiarato intento “di dipingere le Valli ed i suoi abitanti come l'ombelico della cristianità riformata” (Tron, 1993, 87). E in questo contesto storico e di fede figuravano tra le più antiche tradizioni anche i vestimenti delle donne valdesi.

L'intento del Léger dovette essere ben compreso dall'etnolinguista Teofilo G. Pons, il quale, nel commentare questa immagine, riferendosi alla cuffia calzata dalle due donne martirizzate poneva in luce “tutta la sua semplicità e la sua nobiltà, consacrata dal martirio di chi, per non rinnegare la sua fede, per essa sapeva morire” (1958, 4). E ancora, su questa immagine si era

già soffermato qualche anno prima il pastore Lamy Jahier, parlando a riguardo di “documento suggestivo, che nella semplicità lineare, quasi schematica, del bulino, costituisce davvero il titolo di nobiltà di un costume irrogato, fin dalle sue origini, dal sangue dei martiri!” (1938, 7).

3. In Calabria: il costume valdese

Per i secoli più risalenti, vale a dire per il periodo bassomedievale fino alla prima metà del Cinquecento, qualche elemento di identificazione circa il costume valdese ci proviene da quelle regioni del Mezzogiorno d'Italia, in cui alcune comunità di fede valdese si trasferirono dal Piemonte o dalla Provenza.

Spinte da problemi demografici ed economici sorti nei contesti geografici di partenza nel corso del secondo Medioevo, queste genti di fede valdese si radicarono, progressivamente a partire dal 1315 circa (Molnár, 1974, 96), fino alla fine del secolo XV e poco oltre (Tortora, 2017, 45 ss.), tra gli altri luoghi anche in alcuni territori della Calabria e, più precisamente, in San Sisto, La Guardia, Vaccarizzo, Rose, Argentina, San Vincenzo e Montalto, tutti insediamenti non molto distanti dalla città di Cosenza, cioè in quella regione della Calabria che costituiva un vivace centro d'affari (Tortora, 2004). Possiamo immaginare come sia stato naturale, proprio nella fertile valle del Crati, favorire l'insediamento innanzitutto di contadini ed il conseguente sorgere di borgate, casali o motte, che offrivano ampie disponibilità di sopravvivenza.

Ebbene proprio a queste comunità hanno guardato gli studiosi che, in mancanza di documenti o di testimonianze iconografiche sul costume valdese per questo periodo storico, hanno cercato una qualche relazione di somiglianza tra i vestimenti ancora in uso nelle Valli valdesi del Piemonte nel primo Novecento e il costume indossato dalle donne calabre presunte discendenti di questi valligiani (Pons, 1958, 4; Jahier, 1938, 7-8). Sappiamo, infatti, che le comunità valdesi, nella loro condizione di minoranza etnico-religiosa, nel passaggio da una generazione all'altra e da un territorio all'altro, hanno saputo conservare i propri usi, riti e costumi in funzione di un microcosmo familiare fortemente coeso (sorretto dalla fede religiosa valdese attraverso l'opera dei barba) e, pertanto, la propria identità culturale e religiosa dal Basso Medioevo in avanti, ciò pur in presenza di profonde innovazioni sul piano religioso prodotte nell'alveo delle comunità dall'incontro con i riformati a partire dai primi decenni del Cinquecento (Audisio, 2007, 15 ss.; Tortora, 2017, 21-33).

Sulla base di tutto ciò, giungendo al XVI secolo, nell'opuscolo dedicato alla ricostruzione storica del costume valdese, Lamy Jahier scriveva:

Resterebbe il XVI secolo. Nessun documento propriamente detto, oggi, attesta l'esistenza di un particolare costume nel secolo della riforma, di Chanforan e dei primi templi valdesi. Ma un fatto è sorprendente: chi passi oggi per la Calabria e si fermi a Guardia Piemontese o a Fuscaldo, antiche colonie valdesi, osserverà due connotazioni insolite fra quelle popolazioni, oggi interamente cattoliche: il dialetto ed il locale abbigliamento femminile, estremamente diffuso nella popolazione. Le analogie fra quest'ultime e il costume valdese appaiono tali che, invero, non possono ritenersi meramente casuali: sin dal 1883 G. Pons [...] e, ancora pochi anni or sono, lo storico Jalla ed altri ne han fatto fede ed evidenza. Ora è noto che nel 1561 le colonie calabro-Valdesi, dopo duecento anni e più di vita fiorente, furono spente nel sangue; dunque, possiamo arguire che le donne Valdesi che emigrarono nella Sila usavano portare quel costume, senza sostanziali differenze da quello attuale, già nel XV secolo [...] (1938, 7-8).

E ancora, nel 1958, Teofilo G. Pons precisava:

Per il XVI secolo non abbiamo trovato nessun documento preciso e diretto attestante l'esistenza di uno speciale costume valdese. Ciò non ostante, ci sembra di poter far risalire più lontano ancora nel tempo ed almeno al secolo precedente, se non al XIV, l'uso di un costume femminile valdese, che non doveva essere molto diverso da quello dei secoli successivi, che è anche quello attuale.

E poco dopo, parlando in maniera più precisa dell'ondata migratoria dei valdesi che si erano portati nel Mezzogiorno d'Italia, l'etnolinguista scriveva:

Ora quei coloni erano partiti dalle Valli, secondo gli storici più accreditati, durante il XIV secolo, poiché Gilles la fissa al 1315, il Muston invece parla del 1340, mentre Perrin la ritarda fin verso il 1370. Dalle osservazioni fin qui fatte, si può quindi inferire che le donne valdesi che si trasferirono in Calabria durante il XIV secolo, già usavano quel costume che era sostanzialmente, e che è tuttora, simile a quello attuale delle Valli valdesi del Piemonte.

A conclusione del suo discorso, poi, Pons poneva l'accento proprio sull'elemento più caratteristico dell'abbigliamento femminile valdese, la cuffia, con queste parole:

Possiamo quindi, concludendo, far nostre le parole con le quali nel 1930 il prof. G. Jalla, infaticabile ricercatore di documenti, occupandosi dello stesso argomento che c'interessa, cominciava un suo articolo sul settimanale delle Valli: "L'origine della cuffia valdese si perde nella notte dei tempi (1958, 4).

Sul piano più rigorosamente storico, a supporto delle tesi ora richiamate va detto che oggi una precisa ed attendibile testimonianza sul costume valdese indossato dalle donne "della terra di Guardia, Santo Sisto et Casali" si

rinviene nella relazione dell'arcivescovo di Cosenza monsignor Costanzo, inviata "ai cardinali della Santissima Inquisizione" di Roma il 10 ottobre 1600 "sopra lo stato della terra di Guardia, Santo Sisto et Casali". Tra le tante accuse rivolte agli ultramontani di quei casali sui vari aspetti della loro dissidenza religiosa, vi compare quella relativa al modo di vestire delle donne. Esse – denunciava l'arcivescovo – "non vogliono lasciare di vestire a costume ultramontano che per le donne è disonesto, da che dimostrano nello esteriore ostinazione di vivere nell'antico costume" (Scaramella, 1999, 234).

Molto probabilmente si trattava proprio di quell'antico costume valdese ritrovato immutato nella sua foggia ancora nella prima metà del Novecento da quanti si recavano in Calabria per cogliere e analizzare le assonanze linguistiche tra gli abitanti delle Valli valdesi e quelle in uso in Guardia, San Sisto etc. (Tortora, 2004, 146 ss.), e che nel 1938 si mostrava agli occhi del valligiano Lamy Jahier come autentica espressione di quel "popolo valdese" (Jahier, 1938, 7) definito, non a caso, "L'Israël des Alpes" (Muston, 1851).

Riferimenti bibliografici

- Audisio G. (2007), *Preachers by Night. The Waldensian Barbes* (15th-16th centuries), Brill, Leiden-Boston.
- Audisio G. (2015), *Les Vaudois. Histoire des Pauvres de Lyon XIIIe-XVe siècle*, Equinoxe, Saint Rémy de Provence.
- Balma T. (1928), *Il costume valdese I. Origine del costume valdese*, "Gioventù valdese", 4, 1 maggio, f. 2.
- Benziger W. (2009), *La legislazione papale in materia di eresia, in Valdesi medievali. Bilanci e prospettive di ricerca*, a cura di M. Benedetti, Claudiana, Torino.
- Ciaccio R. (2015), "L'Inferno è dirupato". *I valdesi di Calabria fra resistenza e repressione*, Silvio Zamorani Editore, Torino.
- Dossetto D. (1994), *Pratique vaudoises et représentations du vêtement féminin traditionnel*, in S. Dalla Bernardina, D. Dossetto (éd.), *Gens du Val Germanasca. Contribution à l'ethnologie d'une vallée vaudoise*, CARE, Grenoble.
- Dossetto D. (2003), *La région en signes. Localisme en Provence et en Italie provençalophone*, "Ethnologie française", 3, 33.
- Jahier L. (1938), *Il costume valdese*, Tipografia La Luce, Catania.
- Léger J. (1669), *Histoire générale des Eglises Evangéliques des Valées de Piémont ou Vaudoise [...]*, voll. I-II, Chez Jean Le Charpentier, Leida.
- Meille A. (1964), *O Paese, paese, paese...*, Claudiana, Torre Pellice.
- Molnár A. (1974), *Storia dei valdesi, vol. I: Dalle origini all'adesione alla Riforma (1176-1532)*, Claudiana, Torino.
- Muston A. (1851), *L'Israël des Alpes. Première histoire complète des Vaudois du Piémont et de leurs colonies [...]*, 4 voll., Librairie de Marc Ducloux, Paris.
- Pons J.T. (1948), *Actes des Synodes des églises vaudoises (1692-1854)*, Società di Studi Valdesi, Torre Pellice.

- Pons T.G. (1958), *Il costume tradizionale dei valdesi. Qualcosa di antico ricorda le gesta dei padri*, "La via del Piemonte, Supplemento dedicato alle Valli Valdesi in occasione della festa del 17 febbraio", II, 7, 17 febbraio.
- Revel P. (2001), *Il costume valdese tra letteratura e tradizione*, "La Beidana. Cultura e storia nelle Valli valdesi", 40.
- Rognoni Vercelli C. (1991), *Mario Alberto Rollier. Un valdese federalista*, Prefazione di G. Spini, Jaca Book, Milano.
- Scaramella P. (1999), *L'Inquisizione romana e i valdesi di Calabria (1554-1703)*, Editoriale Scientifica, Napoli.
- Tortora A. (2004), *Presenze valdesi nel Mezzogiorno d'Italia (secoli XV-XVII)*, La-veglia Editore, Salerno.
- Tortora A. (2017), *I valdesi del Mezzogiorno d'Italia. Una breve storia tra Medioevo e prima età moderna*, Carocci, Roma.
- Tourn G., a cura di (1994), *Viaggiatori britannici alle Valli valdesi*, Claudiana, Torino.
- Tron D. (1993), *Jean Léger e la storiografia valdese del Seicento*, "Bollettino della Società di Studi Valdesi", 172.

4. Per una storia sociale del ventaglio

di Francesco Barra

Abstract

It may seem strange, but among the objects – at least once – in common use, the fan folding is of particular interest. The history of this ingenious, useful and elegant object offers a vast field of study to the history of the custom and of the kinds of life as well as the so-called “minor arts”.

Premessa

Può sembrare in apparenza strano, ma tra gli oggetti – almeno un tempo – di uso comune, il ventaglio riveste un interesse particolare. La storia di questo oggetto ingegnoso, utile ed elegante, offre infatti un vasto campo di studio allo storico del costume e dei generi di vita come a quello delle cosiddette “arti minori” (Blanc, 1875, 263-268; Blondel, 1875; Challamel, 1875; Filippini Fantoni, 1895; Occoferri, 1907; Mambelli, 1985; AA.VV., 1990; Parmegiani Alfonsi, 1996; Soprintendenza ai Beni Artistici e Storici di Napoli – Museo Duca Di Martina, 1997; Spedicato Murino, 2005; Barra, 2016).

1. Il ventaglio in età moderna

L’uso comune del ventaglio si affermò solo nel Cinquecento, quando giunse e si diffuse dall’India e dalla Cina in Spagna e in Portogallo, e poi in Italia e in Francia. Alla fabbricazione si applicò l’abilità, sempre crescente, di disegnatori, decoratori, pittori, incisori, orefici. Da allora i ventagli in

quarto di cerchio piegati fecero abbandonare tutti gli altri modelli. Brantôme, nella *Vita degli uomini illustri* (1590), è il primo ad usare la denominazione dell'oggetto con l'ortografia attuale, quando descrive un "ventaglio con uno specchio all'interno, tutto guarnito di pietre di grande valore", appartenente alla regina Eleonora.

Nel corso del XVI-XVII secolo, l'uso si espanse in maniera straordinaria in Italia, dove tre generi si divisero il campo della moda: 1) ventaglio di piume; 2) ventaglio *plissé*, con un catenello fissato alla cintura alla moda di Francia, diffuso specie a Roma, Ferrara e Napoli; 3) ventaglio a forma di banderuola, fatto di seta e d'oro, ma assai raro e pregiato, e riservato alle donne sposate (Viollet-le-Duc, 1871, 103-105; Gay, 1887; Schreiber, 1893; Supino, 1902, 66-68; AA.VV., 1907).

Elisabetta I lo introdusse in Inghilterra e istituì la tradizione, ancora oggi seguita, secondo la quale il ventaglio è il solo dono che una sovrana possa accettare da un suddito.

Ma fu soprattutto in Francia che la fabbricazione dei ventagli assunse una vera e propria dimensione industriale. Il 15 gennaio 1678 Luigi XIV autorizzò la costituzione della corporazione dei "Maestri ventagliari" e approvò i loro statuti. Secondo la politica di Colbert, infatti, le vecchie e nuove industrie dovevano essere allo stesso tempo incoraggiate e protette, ma anche rigorosamente controllate, perché la produzione doveva essere impeccabile e la manodopera e la materia prima dovevano risultare di buona qualità. La tradizione affidava alle corporazioni il compito di sorvegliare la qualità e i prezzi dei prodotti, ma esse erano troppo poco numerose. Colbert le moltiplicò, ne modificò le regole e ne affidò il controllo a un gruppo di funzionari statali.

2. Il ventaglio nella Francia di Luigi XVIII

Nella seconda metà del XVIII secolo, la moda dei ventagli si generalizzò ancora di più. Quelli parigini, all'inizio del regno di Luigi XV, brillavano per l'eleganza dei modelli, la scelta dei materiali, il gusto dell'ornamentazione e la delicatezza del lavoro. Quell'oggetto così finemente intarsiato, con le stecche d'avorio e il disegno d'ispirazione mitologica e bucolica, dominava i salotti alla moda, diventando un segno distintivo, quasi un biglietto da visita per la dama che lo portava.

Ma è soprattutto da sottolineare il nuovo collegamento della pittura, attraverso il ventaglio e per il tramite dei salotti, con la nuova cultura illuministica e con l'intimità della vita quotidiana. Il ruolo del ventaglio era ormai quello di abbellire tutte le feste, di mescolarsi a tutti i sorrisi, a tutti i pettegolezzi, a tutti gli intrighi; il ventaglio era divenuto il discreto confidente di

piccoli e grandi segreti, protettore e custode di ricordi. Vezzoso e funzionale al tempo stesso e accessorio tipicamente femminile di innegabile fascino, il ventaglio divenne il veicolo privilegiato di un linguaggio gestuale, ambiguo e allusivo quanto ammaliatore. Ormai il ventaglio, tipica arma di *coquetterie* femminile, è divenuto un raffinato strumento di comunicazione, ideale in un momento nel quale la libertà di espressione e di socializzazione delle donne con l'altro sesso era in piena evoluzione, anche se ancora fortemente limitata.

3. Il linguaggio erotico del ventaglio

Maneggiare il ventaglio divenne un'arte raffinata e complessa, un vero esercizio di stile e di seduzione femminile, dall'aprirlo con un movimento secco a dischiuderlo con lentezza a sincronizzare l'apertura delle stecche e dei tessuti con la movenza del braccio. Il ventaglio è ora molto più di un accessorio: è un'appendice del corpo, quasi un prolungamento di esso. L'industria venne incontro a questa variegata sceneggiatura socioculturale: per esempio con i ventagli "a domino", con piccoli fori da cui poter osservare senza essere visti.

Ne nacque tutto un linguaggio segreto, fatto di movimenti dell'oggetto e di segni occulti. Si giunse addirittura alla codificazione di questo tipo di linguaggio dei segni, per utilizzare i quali occorreva una vera e propria arte, sempre più raffinata. I principali gesti e significati corrispondenti che diedero luogo a quella che venne denominata "la lingua del ventaglio" erano i seguenti.

- Abbandonarlo lasciandolo appeso: *rimaniamo amici.*
- Appoggiarlo sulla guancia destra: *sì.*
- Appoggiarlo sulla guancia sinistra: *no.*
- Appoggiarsi il ventaglio sulle labbra: *baciarmi!*
- Aprirlo al massimo ma coprendo la bocca: *sono libera, non sono impegnata.*
- Aprirlo molto lentamente con la mano destra: *aspettami.*
- Aprirlo molto lentamente con la mano sinistra: *vieni e parliamo.*
- Aprirlo e chiuderlo lentamente e ripetutamente: *sei crudele!*
- Cambiarlo alla mano destra: *ma come ti permetti?*
- Chiuderlo a metà sulla destra e sulla sinistra: *non posso.*
- Coprirsi la mano sinistra con il ventaglio chiuso: *scrivimi.*
- Coprirsi per un po' l'orecchio sinistro: *vorrei che mi lasciassi in pace.*
- Far scivolare un dito dell'altra mano sui bordi: *vorrei parlarti.*
- Lanciarlo con la mano: *ti odio!*
- Lasciarlo scivolare sulla fronte: *sei cambiato.*

Commentato [FF31]: Aggiunto per inserire punto finale

- Lasciarlo scivolare sulle guance: *ti amo!*
- Lasciarlo scivolare sugli occhi: *vattene, per favore.*
- Muoverlo con la mano sinistra: *ci osservano.*
- Muoverlo con la mano destra: *amo un altro!*
- Mostrarlo chiuso e fermo: *mi ami?*
- Sostenere il ventaglio con la mano destra di fronte al viso: *seguimi.*
- Sostenerlo con la mano sinistra di fronte al viso: *vorrei conoscerti.*
- Sventagliarsi lentamente: *sono sposata.*
- Sventagliarsi rapidamente: *sono fidanzata.*

In Spagna, per definire l'elegante manovra del ventaglio (*manejo del abanico*) di signore e signorine, che maneggiavano così abilmente un tale oggetto-gioiello, si dovette creare una parola specifica per definire quest'arte affascinosa. Si chiamava infatti *abanicar* il gioco del ventaglio e *ojuer* quello delle pupille. I due giochi venivano giostrati in contemporanea, con un effetto raddoppiato.

Una dama spagnola – narrerà il letterato e statista britannico di origine italiana Benjamin Disraeli (1804-1881) nel suo romanzo autobiografico *Contarini Fleming* (1832) – supera, con la tattica del suo ventaglio, quella di un reparto di cavalleria. Strumento magico! In questo paese parla un linguaggio particolare; la galanteria non ha bisogno che di questo delicato gioiello per esprimere le sue più sottili concezioni o le sue esigenze più razionali (Disraeli, 1832, 99-100; Plecil, 1836).

Questa realtà di comunicazione silenziosa, divenuta un vero fenomeno di costume, venne puntualmente registrata dalla pubblicistica e dalla letteratura del tempo, specie da quella britannica, assai attenta all'evoluzione dei costumi. Infatti, per effetto della revoca dell'editto di Nantes (1685), numerosi artigiani calvinisti erano emigrati dalla Francia, stabilendosi in Olanda e soprattutto in Inghilterra. Nell'agosto del 1709 sir Richard Steele (1672-1729), nel periodico *The Tatler* da lui fondato e diretto, ad esempio così scriveva:

Potete osservare che in tutti gli incontri pubblici gli uomini e le donne sembrano separarsi per poi colpirsi l'un l'altro con occhiate: è questo il momento in cui il ventaglio, che è l'armatura delle donne, viene usato per lo più in difesa di se stesse, poiché la nostra mente è occupata dall'ondeggiare di questo piccolo strumento, e i nostri pensieri appaiono calmi o agitati in accordo con il suo movimento.

4. Il ventaglio nella Francia rivoluzionaria

Con la Rivoluzione francese e la crisi della società aristocratica iniziò il declino dell'arte del ventaglio. I "patrioti" lo condannarono come oggetto

tipicamente aristocratico e lo rimpiazzarono con ventagli di stoffe grossolane, sulle quali erano incollate rozze stampe a colori, raffiguranti scene patriottiche. Anche i materiali erano mutati. I ventagli venuti in moda con la Rivoluzione erano infatti di seta, di *satìn* (raso), di taffetà o di carta; del resto già da tempo la “pelle” era stata sostituita dal tessuto, decorato di piccole *guaches*.

Da allora, l’industria del ventaglio, come le altre industrie di lusso, fu quasi abbandonata. Edmond e Jules de Goncourt, nella loro *Histoire de la société française pendant la Révolution* (De Goncourt, 1854, 218-223), hanno assai efficacemente descritto il brusco arresto conosciuto da questo commercio del superfluo, dell’inutile, della fantasia, del nulla, della ricreazione dell’occhio, della distrazione dei sensi affaticati:

Il commercio è morto. Fino ad allora vi era stata in Francia una nobiltà superbamente ricca, che finanziava la moda, che copriva d’oro tutte le novità di suo gusto, che imponeva all’Europa i suoi costosi capricci, che spendeva senza risparmio in tutte le arti e in tutti i lussi, che con le sue immense fortune alimentava il gran commercio delle piccole cose di Parigi, che non vivevano che di essa e per essa. [...]. E intagliatori, tappezzieri, sellai, ventaglieri, gioiellieri, orefici, cartai, pittori, parrucchieri, cappellai, commercianti di moda, orologiai, medaglisti, specchiali, scultori, ebanisti, tutti sono ridotti a prendere un piccone e una pala per andare a lavorare in strada.

Ma gl’industriali non tardarono ad impadronirsi della nuova moda repubblicana, accogliendo tempestivamente la richiesta di ventagli “patriottici”. Apparvero infatti i ventagli “alla Marat”. Per una singolare ironia della storia, Carlotta Corday assassinò Marat (13 luglio 1793) senza lasciare il suo ventaglio; lo colpì infatti con una mano mentre teneva il ventaglio nell’altra.

Col Direttorio, grazie alle “merveilleuses” (Tallien, Récamier e Beauharnais), risorse la moda del ventaglio, e questa voga proseguì col Consolato e con l’Impero, quando alcuni fabbricanti rilanciarono quelli di lusso, dei quali le *guaches* costituivano il pregio maggiore. In effetti, come hanno scritto efficacemente i fratelli Goncourt, la rivoluzione di Termidoro, la fine del Terrore e l’avvento del Direttorio rappresentarono la vittoria della donna. Il Terrore giacobino, infatti, era stata una tirannia completamente maschile, ed essa era nemica dichiarata della donna, nel senso che le toglieva la sua influenza non concedendole che dei diritti. Detronizzato il Terrore, le donne poterono così riprendere il loro predominio, che si esprimeva anche attraverso la moda femminile. Inoltre, fino alla presa della Bastiglia, la moda era venuta da Versailles, che era la moda stessa (De Goncourt, 1864, 293-294 e 400-425).

La rivoluzione aveva a sua volta segnato l’anarchia del gusto. Finalmente liberata e ristabilita, la moda tornò ai modelli greco-romani, giacché l’anticomania e l’anglomani dominavano.

Nella Restaurazione, i ventagli continuarono a giocare un ruolo affascinante e brillante nei balli, negli spettacoli, nei ricevimenti e nei concerti. Dopo la Rivoluzione parigina di luglio (1830), inoltre, grandi miglioramenti si produssero nella produzione dei ventagli, grazie a notevoli perfezionamenti tecnici, come la cromolitografia, applicata al ventaglio da Léger Pomel nel 1828, e sostituita verso il 1839 dall'impressione a intaglio. I modelli dell'epoca di re Luigi Filippo venivano infatti decorati con il sistema della stampa cromolitografata e solo ritoccati a mano, consentendo una tiratura maggiore e costi assai minori.

Storia a parte è quella dei ventagli d'autore realizzati da famosi pittori alla moda a partire da metà Ottocento, fra i quali Fontaine, Chaplin, Abbéma, Lemaire, J. e M.A. Donzel, Horace Vernet, Ingres. E così pure costituiscono dei pezzi eccezionali il settecentesco e raro ventaglio da matrimonio raffigurante Luigi XVII e Maria Antonietta, i ventagli nuziali della regina Margherita di Savoia (1851-1926) e di Elisabetta di Baviera (1837-1898), l'imperatrice d'Austria nota come Sissi.

Nel Novecento, con l'emancipazione femminile e l'avvento della società di massa, il ventaglio passò rapidamente di moda (figg. 1-2).

Riferimenti bibliografici

- AA.VV. (1990), *Ventagli italiani. Moda, costume, arte*, Marsilio, Venezia.
Barra F. (2016), *Il ventaglio di Achille Vianelli*, Il Terebinto, Avellino.
Blanc C. (1875), *L'art dans la parure et dans le vêtement*, Renouard, Paris.
Blondel S. (1875), *Histoire des éventails*, Renouard, Paris.
Brantôme P. (1590), *Vita degli uomini illustri*.
Challamel A. (1875), *Histoire de la mode en France. La toilette des femmes*, Bibliothèque du Magasin des demoiselles, Paris.
de Goncourt E., de Goncourt J. (1854), *Histoire de la société française pendant la Révolution*, Dentu, Paris.
de Goncourt E., de Goncourt J. (1864), *Histoire de la société française pendant le Directoire*, Didier, Paris.
Disraeli B. (1832), *Contarini Fleming*, New York.
Disraeli B. (1876), *Contarini Fleming*, traduzione italiana a cura di G. Migliorini, Tip. dei Classici Italiani, Napoli.
Filippini Fantoni A. (1895), *Il ventaglio e la sua storia*, Istituto Italiano di arti grafiche, Bergamo.
Gay V. (1887), *Glossaire archéologique du Moyen âge et de la Renaissance*, I, s.v. *Éventail*.
Mambelli A.M. (1985), *Il Settecento è donna. Indagine sulla condizione femminile*, Ed. del Girasole, Firenze.
Occoferri G. (1907), *La storia del ventaglio*, Casale Monferrato.

Commentato [FF32]: Casa editrice?

Commentato [FF33]: Casa editrice?

Commentato [FF34]: ?
Casa editrice e città? Oppure è una rivista?

Commentato [FF35]: Casa editrice?

- Parmegiani Alfonsi M. (1996), *Il ventaglio. Un soffio di storia*, De Luca, Roma.
- Plecil G. (1836), *L'arte di maneggiare con leggiadria il ventaglio*, Libreria all'Insegna di Tasso, Napoli.
- Schreiber C. (1893), *Foreign Fans and Fan Leaves: French, Italian and German*, Londra.
- Soprintendenza ai beni artistici e storici di Napoli – Museo Duca di Martina (1997), *Galanterie. Oggetti di lusso e di piacere in Europa fra Settecento e Ottocento*, Napoli.
- Spedicato Murino I. (a cura di) (2005), *Incontro con il ventaglio. Storia, simboli e linguaggio di un vocabolario di conoscenza*, Tinari, Chieti.
- Supino I.B. (1902), *I ventagli antichi all'esposizione di Belle arti in Firenze*, in AA.VV., *L'arte, 5 L'évolution de l'art dans l'éventail aux XVIe, XVIIe et XVIIIe siècles. Catalogue illustré de 93 pièces de la collection F. de B.*, Roma, 1970.
- Viollet-le-Duc (1871), *Dictionnaire raisonné du mobilier français*, II, Parigi.

Commentato [FF36]: Casa editrice?

Commentato [FF37]: Casa editrice?

Commentato [FF38]: Casa editrice?

Commentato [FF39]: Inserire iniziale

Commentato [FF40]: Casa editrice?

*5. Moda e mode:
linguaggi e significati dell'esser bambino
e bambina nel tempo*

di Fabiana Quatrano

Tutte le mode sono,
secondo il loro concetto,
mutevoli maniere di vivere.
Emmanuel Kant

Abstract

Fashion is one of the most visible indicator of gender and social status, a sign of how people in different ages have perceived their position in social structures, and it contributes to build our identity, to conform or to differentiate ourselves from others. In the same way, the main points of the story of the child's toys and their use, the languages used and the values given to them by the child, and his/her progress in different times and places have been described. Fashion presents itself as an indicator of an identity function that is modulated around cultural and historical choices and environmental influences.

1. La complessità del sistema-moda

La moda è un fenomeno sociale complesso, un ambito di costruzione delle identità sociali, un tramite per lo studio delle interazioni umane, ma anche un simbolo di distinzione e di integrazione. Per tali ragioni, essa va interpretata quale fenomeno, dalle molteplici ed intrinseche sfaccettature, che può essere osservato da numerose angolature ed in contesti diversi.

La moda costituisce un codice sociale, visibile e di comune lettura: sancisce la nostra collocazione e appartenenza; al tempo stesso la moda appaga il bisogno di diversità: l'abito ci rende membri di un gruppo e insieme afferma la nostra differenza dagli altri (Simmel, 1998).

Essa rispecchia un particolare aspetto del comportamento del singolo individuo che diventa poi comportamento di una comunità sociale, la quale si esprime a seconda delle tendenze del momento. Viene considerata come elemento di comunicazione e di espressione culturale agganciato allo stile, al costume, a tutte le manifestazioni di vita che esprimono e caratterizzano lo spirito del tempo.

L'analisi del termine "moda" rinvia a una concezione del costume generalmente accettata e ritenuta valida in un determinato momento storico. Spesso noi siamo abituati ad identificarla con l'abbigliamento, col modo di vestirsi di ogni persona, ma non è solo questo. Si tratta di tutto lo stile di vita, di tutti i mezzi di espressione – come l'architettura o l'arredamento – di cui l'uomo dispone, dei modi di comportarsi in società e degli oggetti di uso più comune (Kybalová, 2004).

Ed è proprio in riferimento *ai modi di comportarsi e degli oggetti di uso più comune in una società*, che la mia linea di ricerca si è focalizzata sullo studio intorno al gioco infantile e all'uso dei giocattoli, quali linguaggi e significati dell'esser bambino e bambina nei vari tempi e nei vari luoghi, all'interno di un'idea di moda come sistema produttore di segni, che si costruisce e dispiega nella costruzione di senso e di significati.

Così come già in passato evidenziato (Quatrano, 2008), una storia infantile umana può essere scritta proprio attraverso un'analisi dei giochi e dei giocattoli che hanno caratterizzato, dalla preistoria fino ai nostri giorni, la vita umana e la relazione intergenerazionale educativa sociale, influenzando il processo della costruzione identitaria ed il ruolo che l'umanità infantile e adolescenziale avrebbe svolto nella vita adulta.

Egidio Lucchini (2004) nella sua opera *Giocattoli e bambini dall'antichità al 2000* rileva e traccia il parallelismo che intercorre tra la storia dell'infanzia e quella dei giocattoli. L'interesse della pubblicazione riguarda, infatti, oltre che la storia specifica dei giocattoli, il collegamento con la situazione dell'infanzia, per lungo tempo ignorata e trascurata.

Commentato [FF41]: Rispetto alla biblio: a o b?

2. Le radici culturali dei giochi e dei giocattoli

Molti ritrovamenti archeologici, soprattutto nelle sepolture infantili, ci informano come, in ogni tempo, l'umanità adulta abbia costruito giocattoli per il gioco infantile.

Ed è proprio prendendo in esame gli scavi archeologici e le preziose fonti letterarie ed artistiche che siamo venuti a conoscenza di giochi e di giocattoli che il mondo antico, dai sumeri agli egizi, dai greci ai romani, ha inventato e prodotto.

Il cospicuo materiale ritrovato ha permesso di aprire uno squarcio sul mondo dei bambini nell'antichità: sorprendentemente scopriamo che i bambini nel passato utilizzavano giochi, passatempi e giocattoli simili a quelli di oggi, sia nella forma che nella sostanza, "creando, in tal modo, un senso di continuità, un allegro girotondo in cui millenni di storia si incontrano gioiosamente e quasi si annullano", come ha affermato Marco Fittà, noto studioso del settore (1997, 10).

I bambini dell'epoca avevano a disposizione numerose opportunità di gioco, come dondolarsi sull'altalena, saltare alla corda, lanciare l'aquilone, giocare a rimbalzello, al tiro alla fune o cavalcare un bastone [...]. Tutto ciò sembrerebbe rispecchiare la realtà quotidiana di un qualsiasi parco giochi dei nostri giorni, ma con la differenza di uno scarto temporale di millenni (Lucchini, 2004).

Dalle numerose raffigurazioni esistenti è possibile individuare due dei principali passatempi molto in voga sia in Grecia che a Roma: il gioco delle noci e il gioco degli astragali che presupponevano abilità e concentrazione e venivano praticati da bambini di entrambi i sessi.

In modo particolare le noci avevano un significato particolare: *si diceva non giochiamo più al gioco delle noci* per indicare l'abbandono dell'infanzia per entrare nella vita adulta; invece, l'astragalo (inteso come ossicino del tarso su cui poggiano la tibia e il perone, in particolare, quello delle pecore e di tutti gli ovini), usato come un dado, era considerato quasi un simbolo dell'infanzia.

Passando ad analizzare i principali *strumenti di divertimento* possiamo constatare, così come emerge dai reperti, che i primi veri e propri giocattoli riproducevano armi e aratri (a simboleggiare le due attività principali delle primitive popolazioni, cioè la guerra e l'agricoltura), oppure oggetti di uso quotidiano, realizzati in miniatura ed in forme più rudimentali (Salza Prina Ricotti, 1995).

È stata Eugenia Salza Prina Ricotti, nel saggio *Giochi e giocattoli* (1995), a offrirci documenti e osservazioni sul gioco nell'antichità e presso i romani e, in particolare, sui giocattoli dalla nascita alla fine dell'infanzia.

Le scoperte archeologiche hanno portato in evidenza che in tutte le civiltà antiche ricorrono costantemente alcuni tipi di giocattoli: tutti gli animali da trainare, ritrovati in grandissima quantità nelle tombe dei bambini, i simboli della tenera età come i sonagli o i poppatoi, le trottolo, i preziosissimi rocchetti come lo yo-yo, i carrettini a più ruote, i cerchi, le marionette e gli automi.

Anche la bambola può essere ritenuta uno dei primi giocattoli infantili; inizialmente ebbe un valore più complesso di quello esclusivamente ludico, legato, cioè, alla sfera della religiosità primitiva e alla fertilità femminile.

Commentato [FF42]: Dove aprono e dove chiudono le virgolette della citazione?

Commentato [FF43]: Rispetto alla biblio: a o b?

La bambola intesa propriamente come giocattolo viene fatta risalire intorno al 2000 a.C., nell'Egitto faraonico ed era realizzata in diversi materiali come l'avorio, il legno e la terracotta. Le bambole simboleggiavano l'infanzia delle bambine; l'atto di abbandonarle, donandole alle divinità, era sinonimo di abbandono dell'infanzia per iniziare la vita adulta, che coincideva con una precoce vita matrimoniale (Gicca Palli, 1990).

Costante risulta la presenza di giocattoli, quali la bambola e la trottola, rimasti per millenni quasi invariati nei loro tratti essenziali, così che solo la loro congiunzione con elementi speciali-strutturali o ornamentali, quali i materiali di costruzione, i colori, le acconciature, l'abbigliamento [...], di volta in volta diversi, può consentire di identificarne il contesto socioculturale, economico, storico di appartenenza.

I giocattoli venivano regalati ai bambini in diverse occasioni: prima di tutto al momento della nascita, quando veniva imposto il nome al neonato (come era costume romano), durante le feste religiose (le Antesterie in Grecia o i Saturnali a Roma), come ricompensa per i risultati scolastici, come gratifica per qualche obiettivo raggiunto, oppure come consolazione per un problema di malattia.

3. Il ruolo del giocattolo nella costruzione identitaria

Si può affermare che il balocco, in ogni tempo, è stato *luogo simbolico di costruzione identitaria* dei ruoli, perché se c'erano giochi comuni a maschi e femmine, quali il giocare alla palla, agli astragali e alla trottola, altri segnalavano proprio la distinzione dei due sessi: alle bambine venivano dati gli utensili da cucina o le bambole con arredi e corredi, mentre ai maschietti si regalavano cerchi, carrettini e soldatini in stagno (conosciuti universalmente da romani, etruschi, greci ed egizi).

Si può constatare, dunque, che già dall'antichità il giocattolo mettesse in evidenza interessi, attività e atteggiamenti differenti per ciascun sesso, conformi al modo di interpretare il femminile e il maschile caratteristico dell'epoca.

Sono numerose le fonti che testimoniano quanto il semplice giocare dipendesse anche da aspetti sociali-economici e familiari; i bambini dell'alta società giocavano con cavalli di legno o carrozze giocattolo o balocchi preziosi; quelli di bassa estrazione sociale si divertivano utilizzando bastoni di legno per costruire finti cavalli e le bambine povere se volevano bambole, dovevano fabbricarsele con legno o con stracci. Due modi di giocare a confronto, quindi: bambini ricchi con balocchi preziosi più da custodire e proteggere che non da usare incautamente, e bambini più poveri, spesso animati

Commentato [FF44]: C'è un riferimento/citazione? dove aprono e dove chiudono le virgolette? Di chi è la citazione? inserire cognome e anno

da fantasia e spirito di avventura, pronti a giocare con qualsiasi mezzo, ogni qual volta era loro possibile (Bianchi, 1983).

Il bambino con il giocattolo trasforma il suo mondo e in questa attività di trasformazione sviluppa, sin dall'inizio della sua vita, quelle capacità immaginative che gli permettono di attribuire significato alle cose attraverso i simboli; così comincia, nell'interazione con la realtà esterna, il processo di costruzione dell'identità e della personalità.

Le modalità e gli oggetti del giocare prefiguravano, inoltre, in qualche modo, l'universo delle funzioni adulte: *combattendo* con spade di legno i bambini, imitavano posizioni di forza e di autorità, mentre le bambine giocando *con le bambole* si preparavano a diventare brave mogli, madri e padrone di casa.

Diverso il valore attribuito al balocco nel periodo medioevale.

Un contributo molto valido alla conoscenza dei giocattoli medievali è stato offerto da Piero Guarducci (1986).

Nell'introduzione, Franco Cardini, dell'Università degli Studi di Firenze, mette in rilievo il significato pionieristico del lavoro dell'autore, su aspetti un tempo considerati minori della storia.

Anche in questo senso la ricerca sui balocchi medievali reca all'indagine generale del Medioevo un contributo nuovo e originale, che giunge a riempire una lacuna e che servirà forse a spostare più di un luogo comune storiografico circa la troppo spesso e con troppa sicurezza affermata insensibilità dell'uomo dei secoli di mezzo di fronte al fanciullo (Cardini, 1986, 3).

Nel Medioevo il giocattolo non aveva una funzione ludica, piuttosto veniva utilizzato per influenzare il destino e la posizione sociale dei bambini.

Al futuro prete veniva regalato l'altare in miniatura o piccoli oggetti liturgici, al militare i soldatini di piombo o di terracotta oppure piccoli cannoni, spade di legno, archi con le frecce.

Alle bambine, invece, che dovevano prepararsi alla futura vita coniugale, venivano regalati fusi per filare, stoviglie ed arnesi per cucinare, ma soprattutto bambole per sognare il ruolo di mamma.

Non mancava il *giocattolo religioso* con lo scopo non solo di rappresentare ai bambini il significato religioso della vita, ma come simbolo del ruolo da ricoprire nelle famiglie: la bambola-monaca.

La letteratura al riguardo ci offre un esempio nella triste storia della infelice monaca di Monza, di cui Manzoni nel suo capolavoro *I promessi sposi* così scrive: "Era essa l'ultima figlia del principe *** , gran gentiluomo milanese, che poteva contarsi tra i più doviziosi della città. Ma l'alta opinione che aveva del suo titolo gli faceva parer le sue sostanze appena sufficienti, anzi scarse, a sostenerne il decoro; e tutto il suo pensiero era di conservarle,

almeno quali erano, unite in perpetuo, per quanto dipendeva da lui. Quanti figliuoli avesse, la storia non lo dice espressamente; fa solamente intendere che aveva destinati al chiostro tutti i cadetti dell'uno e dell'altro sesso, per lasciare intatta la sostanza al primogenito, destinato a conservar la famiglia, a procrear cioè de' figliuoli, per tormentarsi a tormentarli nella stessa maniera. La nostra infelice era ancor nascosta nel ventre della madre, che la sua condizione era già irrevocabilmente stabilita. Rimaneva soltanto da decidersi se sarebbe un *monaco* o una *monaca*; decisione per la quale faceva bisogno, non il suo consenso, ma la sua presenza. Quando venne alla luce, il principe suo padre, volendo darle un nome che risvegliasse immediatamente l'idea del chiostro, e che fosse stato portato da una santa d'alti natali, la chiamò Gertrude. Bambole vestite da monaca furono i primi balocchi che le si diedero in mano; poi santini che rappresentavan monache; e que' regali erano sempre accompagnati con gran raccomandazioni di tenerli ben di conto: come cosa preziosa [...]" (Manzoni, 1985, IX capitolo, 162-163).

Da questo punto di vista giochi e giocattoli contribuivano attivamente nella costruzione identitaria in qualche modo *designata* dall'epoca e dalla famiglia d'appartenenza, attraverso un gioco di simulazione definibile, secondo la terminologia moreniana, di *role taking*, come assunzione di un ruolo predeterminato che non lascia margine alla libertà individuale, molto più che di *role creating* come possibilità di ciascuno di inventare un ruolo da giocare con l'altro, avendo il massimo grado di libertà individuale.

4. Verso una nuova cultura dell'infanzia e del giocattolo

È verso la fine del Medioevo che, insieme ad una nuova *cultura* dell'infanzia, cominciò ad emergere l'idea che fosse necessario *prevedere giochi e giocattoli distinti per adulti e bambini*, così come, sulla scia di Ariès e di Postman, sottolinea Vittorio Pranzini (1988, 13-20).

L'autore riferisce che, nel testo del 1283 curato dal re di Castiglia, Alfonso X, primo libro sui giochi della letteratura europea, si trovano, infatti, numerose miniature che illustrano i giocattoli più in uso fra la nobiltà della corte: diversi tipi di scacchiera per giocare a scacchi, al gioco del mulino, a filetto, a dadi. Si tratta di giochi intelligenti praticati dagli adulti; invece sono scarse le immagini relative a giochi e giocattoli più popolari e riservati all'infanzia.

Per tutto il Medioevo, inoltre, i giochi d'azzardo e violenti erano comunemente tollerati anche per i bambini, abitudine che durò molto tempo, così come rappresentato da alcuni pittori caravaggeschi del Seicento che hanno raffigurato, nei loro dipinti, bande di soldati che giocano con passione ai dadi in taverne malfamate, circondati da ragazzi interessati e partecipi.

Allo stesso modo, gli adulti praticavano spesso giochi che per noi, oggi, sono esclusivi dei bambini. Ad esempio, un avorio del Trecento rappresenta il gioco della rana, mentre il libro delle ore di Adelaide di Savoia, della fine del Quattrocento, contiene un calendario illustrato con molti tipi di giochi praticati da adulti: *della candela, a palla di neve, a nascondino, a palla cieca*.

Sulla scia di Postman, si può, quindi, sottolineare che sia *la mancanza del senso del pudore* sia *la mancata differenziazione tra mondo adulto e mondo infantile*, negli ambienti di vita, nell'abbigliamento e, naturalmente, nelle attività ricreative, indicavano una costruzione identitaria infantile, in età medioevale, precocemente adulta.

È solo a partire dal Rinascimento che l'idea dell'infanzia assume importanza e valore e di conseguenza, anche nel mondo dei giocattoli si presta molta attenzione al processo evolutivo del bambino.

5. Un'ultima riflessione...

Un aspetto da non trascurare è quella della discriminazione tra bambini e bambine con particolare riferimento al tipo di giocattolo usato.

L'ormai classico libro di Elena Gianini Belotti, *Dalla parte delle bambine* (1973), ha rappresentato una ventata di svecchiamento da antichi pregiudizi. Infatti, nel sottotitolo del fortunato e stimolante volumetto, viene sottolineata l'influenza dei condizionamenti sociali nella formazione del ruolo femminile nei primi anni di vita.

La tesi di fondo è che la tradizionale differenza di caratteri fra maschio e femmina non è dovuta a fattori innati, bensì a condizionamenti culturali, che l'individuo subisce nel corso del suo sviluppo. Si tratta, precisamente, del ruolo che viene assegnato all'uno o all'altro sesso, ovvero delle funzioni che possono e devono svolgere nella famiglia e nella società, nel mondo degli studi e nel mondo del lavoro. E il tutto quasi sempre a sfavore del sesso femminile, che viene a trovarsi, quindi, non in condizioni di pari opportunità in campo formativo e, successivamente, nel mondo lavorativo.

Uno dei campi dove avviene tale discriminazione è proprio quello del gioco e dei giocattoli; poiché "nel bambino la tendenza a giocare è certamente innata, ma i modi in cui il gioco si esprime, le sue regole, i suoi oggetti sono indubbiamente il prodotto di una cultura. Il patrimonio ludico viene tramandato di generazione in generazione dagli adulti ai bambini, dai bambini più grandi a quelli di età inferiore e le variazioni da un passaggio all'altro sono limitate" (Gianini Belotti, 1973, 82).

E quando il genitore sceglie i giocattoli, emerge evidente la differenziazione in base al sesso.

Del resto, “la maggior parte dei giocattoli in commercio è strettamente concepita per maschi o per femmine, in vista dei diversi ruoli e aspettative” (Gianini Belotti, 1973, 83). Infatti “le bamboline, vere e proprie, quelle che hanno un aspetto inequivocabilmente femminile, sono riservate alle bambine, gli animali vengono offerti ad ambedue. Qualche volta si danno bambolotti anche ai maschi, purché siano senza equivoci identificabili come appartenenti al sesso maschile. Per loro, la bambola è vietata fin dalla più tenera età” (Gianini Belotti, 1973, 84).

Quando si dà una bambolina a una bambina piccola, le si mostra anche come si tiene in braccio e come si culla; di conseguenza si vedono bambine di appena dieci-undici mesi che hanno già acquisito il riflesso condizionato bambola-cullamento. Gli adulti, dimenticando che questo comportamento è soltanto il risultato delle loro istruzioni, gridano al miracolo: “così piccola, ha già l’istinto materno!” (Gianini Belotti, 1973, 84).

E più avanti in merito ai giocattoli per maschi ecco cosa scrive la studiosa: “Per i maschietti, invece, il genere è completamente diverso: mezzi di trasporto terrestri, navali ed aerei di tutte le dimensioni e di tutti i tipi; navi da guerra, portaerei, missili nucleari, navi spaziali, armi di ogni genere, dalla pistola da cowboy perfettamente imitata a certi sinistri fucili mitragliatori che sono diversi da quelli veri soltanto per la minore pericolosità; spade, scimitarre, archi e frecce, cannoni; insomma un vero arsenale militare.

Tra questi due gruppi di giochi non c’è posto per le scelte tolleranti, per i cedimenti. Neppure il genitore più ansioso di seguire le inclinazioni e i desideri del figlio nella scelta dei giocattoli acconsentirà, nel caso che questi glielo chiedesse, di acquistare un fucile mitragliatore per la bambina o un servizio di piatti o bicchieri per il maschietto. Gli sarà impossibile, lo vivrà come un sacrilegio” (Gianini Belotti, 1973, 87-88).

La differenziazione tra maschi e femmine emerge non solo dalla scelta dei giochi e dei giocattoli, ma anche dallo *stile ludico* (Bried, 1968, 346).

Nei maschi prevale una maggiore aggressività anche verbale e sforzi muscolari, nelle femmine, invece, calma, stabilità con una sottomissione alle costrizioni formali.

Per questo atteggiamento si cerca, in qualche modo, di attribuire una spiegazione all’elemento biologico mai provato da nessuno, mentre è sempre più dimostrata l’influenza esercitata dal momento culturale e sociale di un’epoca come si evince dagli studi di Margaret Mead: “fondamentale è il fatto che le parti dei due sessi sono concepite secondo la trama culturale, che sta alla base dei rapporti umani, e che il bambino che cresce è modellato altrettanto inesorabilmente, come la bambina, secondo un canone particolare e ben definito (1962).

Mentre la cultura si serve di tutti i mezzi per ottenere dagli individui dei

due sessi il comportamento più adeguato ai condizionamenti che devono essere trasmessi e applicati come *qualità maschili e qualità femminili*, dobbiamo convenire, invece, che non esistono tali differenziazioni in quanto esistono solo *qualità umane*.

L'indicazione della Belotti "non è quello di formare le bambine a immagine e somiglianza dei maschi, ma di restituire ad ogni bambino che nasce la possibilità di svilupparsi nel modo che gli è più congeniale indipendentemente dal sesso a cui appartiene" (1973, 8).

Naturalmente queste brevi note non esauriscono la ben più complessa storia del gioco e del giocattolo, ma ci aiutano a farne emergere il ruolo fondamentale nella costruzione identitaria infantile, maschile e femminile, intorno alle prevalenti tendenze culturali, storiche, ambientali.

Riferimenti bibliografici

- Bianchi G. (1993), *Soldatini di piombo e di carta*, in *Il Paese dei balocchi*, Una città costruisce una mostra, Colorno, Parma.
- Bried C. (1968), *Gli scolari e le scolare*, 1968, in Debesse M., *Psicologia dell'età evolutiva*, Armando, Roma.
- Fittà M. (1997), *Giocchi e giocattoli nell'antichità*, Leonardo Arte, Milano.
- Gianini Belotti E. (1973), *Dalla parte delle bambine. L'influenza dei condizionamenti sociali nella formazione del ruolo femminile nei primi anni di vita*, Feltrinelli, Milano.
- Gicca Palli F. (1990), *La storia di un simbolo dall'idolo al balocco*, Convivio/Nardini Editore, Firenze.
- Guarducci P. (1986), *Il balocco medievale italiano. Una testimonianza storica, archeologica e di cultura materiale*, Libreria Salimbeni, Firenze.
- Lucchini E. (2004a), *Giocattoli e bambini dall'antichità al 2000*, Rocco Carabba, Lanciano.
- Lucchini E. (2004b), *Giocattoli, infanzie e culture dei cinque continenti*, Alberto Perdisa Editore, Bologna.
- Kybalová L. (2004), *Enciclopedia illustrata della moda*, Mondadori, Milano.
- Manzoni A. (1985), *I promessi sposi*, Marchese A., a cura di, Mondadori, Milano.
- Mead M. (1962), *Maschio e femmina*, Il Saggiatore, Milano.
- Pranzini V. (1988), *Gioiose rappresentazioni. Un contributo alla storia del giocattolo letto attraverso le immagini*, in *Sognar balocchi*, Longo, Ravenna.
- Quatrano F. (2008), *Giocchi e giocattoli. Una storia infantile umana*, in Clarizia L., *Costruttori d'identità. Gioco, sport, tifo*, Edisud, Salerno.
- Salza Prina Ricotti E. (1995), *Giocchi e giocattoli*, Quasar, Roma.
- Simmel G. (1998), *La moda*, Mondadori, Milano.

*6. Garofani verdi,
cappelli in feltro e guanti rosa.
Per una fenomenologia della moda dandy*

di Alfonso Amendola

Abstract

A sociological survey (Bauman, Bataille, Benjamin, Sartre, Simmel) to investigate the dandy's fashion imagery. It is believed that fashion for dandies is outward, frivolous and trivial mannerism. For a dandy, fashion is a way of being, a provocation, a game, a challenge. A reflection on the fashion of dandies (Baudelaire, Wilde, Byron, Beerbohm) to trace an experience of anti-emotionalism and individualism expression of a humanity pushed towards a plan of continuous invention, skillful masking, and desecrating irony.

Premessa

Un'insolente riduzione spesso operata sul dandismo porta a vedere in esso una moda della pura exteriorità dell'umano, un manierismo frivolo, marginalmente edonistico, senza alcuna connessione con la vita reale. O anche un semplice atteggiamento di forzata eleganza, di fascinazione stucchevole. Più giusto sarebbe vedervi, nelle pieghe composite del suo immaginario, un modo di essere, di vivere, di prendere posizione nel mondo (magari anche non partecipando alla vita esterna), mostrando quella teoria della provocazione che è propria del dandismo e che si esprime in forme "antiche" eppure rinnovabili sempre (estetismo, edonismo, egotismo, decadentismo e maledettismo, appunto). Nel dandismo (ci soffermiamo in particolare sulle opere e il pensiero di Charles Baudelaire, ma anche di Oscar Wilde, Lord Byron e Max Beerbohm) l'eleganza è rintracciabile come esperienza di una forte anti-emotività, di un'artificialità e di un individualismo che sono espressione di un'umanità allontanata dai suoi segni caratteristici e spinti verso un piano di continua finzione, di abile mascheramento, di dissacrante ironia...

Caratteri che portati al parossismo rovesciano l'immagine classica dell'umano (al pari di altre spinte e motivazioni della modernità). In letteratura si accende una visionarietà febbrile, avida di particolari, sensibile fino all'estremo, incapace di intendere la ragione, proprio perché cerca una superficialità di impressioni. E non soltanto quelle forme "antiche". Nel dandy sono rintracciabili caratteri specifici di grande originalità. Sicuramente lo spleen (Benjamin, 1962; Amendola, 2017) amplificazione di quella "nebbia silenziosa" (Heidegger, 1999, 104) che è la noia resta uno dei temi motori verso cui bisogna sempre ragionare ed aggiungendo una forte anti-emozionalità, un costante desiderio di artificialità, un individualismo che sono lucida espressione di un'umanità allontanata dai suoi sogni caratteristici e a portata su un piano di continua finzione, di abile mascheramento, di ironia. Caratteri che portati al parossismo estremo rovescerebbero l'immagine classica dell'umano, al pari di altre spinte e motivazioni della modernità. In una riuscita miscela di "infantilismo" (sulla scia indicata da Bataille) e di maledettismo come una realtà possibile.

Si può riconoscere nel dandismo una "mania della verità" (Scalia, 1978) per combattere la "notte insonne e affannosa" (Adorno, 1994, 19) che altro non è la vita. Mania, quindi, non è intesa in senso dispregiativo, o medico o patologico. Piuttosto essa conserva il senso di follia, come artisticità, brama creativa, furore senza schemi, vitalità che sa bene opporre i propri segni allo squallore monotono della vita pretenziosamente "ordinata" e grigia della "normalità". Mania come cammino. Anticipando quella modernità pellegrina di "vivere-verso-il-progetto" (Bauman, 1999, 33). E combattendo quella burocrazia esaltata dalle routine produttive stesse della quotidianità. Per dir meglio, l'origine del significato di "mania" per la nostra cultura occidentale va ricercata nei dialoghi platonici del *Simposio* dove mania altro non è che "furore amoroso". Un "esser divino" con un entusiasmo che possiede l'amante e in specie l'amante di conoscenza, delle iniziazioni tutte. Insomma la dimensione della mania che ben utilizza la moda come modalità di rappresentazione e comunicazione è un'arte che non sogna contro la vita, ma punta alla sua salvezza. È una dimensione di pura vitalità pur muovendosi su un filo che sfida perennemente il baratro della follia e del delirio. Ed è questo che fa il dandy: guardare alla vita, confondendola con l'arte, con il tentativo di realizzare i sogni e di abbassare la realtà a brutto sogno. La realtà come infecondo incubo da cui immediatamente svegliarsi. Ecco a questo anela il dandy. Un risveglio da un incubo chiamato realtà. E per far questo le armi sono l'anti-intellettualismo, l'utopia, la mistica, l'eleganza ossessiva. Un continuo "incremento di essere" (Lyotard, 2001, 126) verrebbe da dire. Infatti, se la vita viene intesa soprattutto come "vita estetica" non ha più tanto senso studiarla, ma bisogna amarla, viverla nella totalità, guardando ad essa

senza sottomissione e riconoscendo in essa buio e luce. Nascita e morte. Per questo è necessario percorrere la moda. Un cammino eccentrico ma unico per giungere ad una verità estrema. Perché la vita, al di là di ogni pretesa razionalità che vorrebbe applicazioni pressoché infallibili non è affatto ordine.

1. Dandy e decadentismo tra e vita

Il decadentismo, momento aureo del dandy, confonde volutamente arte e vita. Queste ultime inseguono un sogno che è sempre una dimensione “altra” del mondo ed entrambe nel rifiutare la quotidianità vagheggiano la vita sognata. La vita nella sua intima essenza. Un’essenza da vivere nella libertà del vestire. Nella sua fase più matura il dandy sposa l’ombra dell’esistenza e si trova a vivere una condizione di annullamento del soggetto, dentro il buio e perdita di riferimento. E quindi esaltazione dell’atto estremo, delinquenza. Oppure delirio coerente. Si pensi ai continui assalti di Charles Baudelaire ai “gusti del pubblico” oppure le sfide di Oscar Wilde, o successivamente a dandy novecenteschi come Vladimir Majakovskij o Jean Genet. La gioia di vivere, nel maledettismo dandistico, spesso svanisce e si fa trauma di se stessa. Nel dandy la scelta di una vita migliore è sostanzialmente egoistica, edonistica, non morale e tendenzialmente a-sociale. La realtà in quanto esterna al soggetto appare lontana, quasi come un fantasma sfocato. “Il buon senso ci avverte che le cose terrestri esistono ben poco e che la vera realtà è soltanto nei sogni” (Baudelaire, 1991, 5).

È sicuramente Baudelaire, con i suoi *Paradisi artificiali*, ad essere un perfetto viatico per comprendere il disegno dello stile nella letteratura dandistica. Straordinario esempio per aiutarci ad esplicitare il senso della vitalità di cui sopra.

Vi sono giorni in cui l’uomo si sveglia con un genio giovane e vigoroso. Appena le sue palpebre si sono liberate dal sonno che le suggellava, il mondo esterno gli si offre con un rilievo potente, con un’ammirevole nettezza di contorni e ricchezza di colori. Il mondo morale spalanca le sue vaste prospettive, colme di nuovi splendori. L’uomo al quale tocca in dono questa beatitudine, purtroppo rara e fugace, si sente a un tempo stesso più artista e più retto: in una parola, più nobile. Ma il lato più singolare di questa eccezionale condizione dello spirito e dei sensi, che senza esagerazione posso chiamare paradisiaca, se la paragono alle gravi tenebre dell’esistenza comune e quotidiana, sta nel fatto che non è stata prodotta da nessuna causa chiaramente visibile e facile a definirsi (Baudelaire, 1991, 11-12).

Questa “intelligenza illuminata dall’ebbrezza” (Baudelaire, 1991, 58) è appunto la vitalità. E questa a sua volta viene ad essere assunta come opera

Commentato [FF45]: Corretto?

Commentato [FF46]: Alle?

Commentato [FF47]: Uniformato così

d'arte del dandy. Baudelaire dimostra, peraltro, che il sogno ha un'essenza più abissale e maledetta, e pertanto più vera, preziosa e importante della realtà stessa. Infatti, i sogni che hanno a che fare con la realtà sono decisamente poco significativi.

I sogni dell'uomo sono di due specie. I primi pieni della sua vita ordinaria, delle sue preoccupazioni, dei suoi desideri, dei suoi vizi, formano combinazioni più o meno bizzarre con gli oggetti intravisti durante la giornata [...]. Ecco il sogno naturale: esso si identifica con l'uomo stesso. Ma il sogno della seconda specie! Il sogno assurdo, imprevedibile, senza rapporto né connessione con il carattere, la vita e le passioni del dormiente! Questo sogno, che io chiamerò geroglifico, rappresenta evidentemente il lato soprannaturale della vita (Baudelaire, 1991, 24).

Fra il sogno e la realtà c'è, insomma, un enigmatico vuoto, indecifrabile, avvicinabile forse per pochi eletti. Un transito tra possibilità e realtà. Oppure, meglio, fra artificio e natura. Da una parte l'artificio (parola che appunto richiama l'arte ma anche un qualcosa di malefico e magico) come capriccio, atto che evoca le decorazioni preistoriche, il superfluo che si oppone alla natura e che ha parvenza del gioco infantile. Un procedere impulsivo eppure in pratica terribilmente preciso, crudele per nulla casuale. Proprio come certi atteggiamenti e parole dei bambini. Inoltre l'artificio evidenzia realtà diverse dal naturale. L'artificio è arbitro artistico che ripete, ironizzando, l'infinitamente malvagio, inspiegabile arbitrio della natura e della divinità. L'artificio è un gioco a nascondere. E dove l'artista è in grado di orchestrare il nascondimento del reale e a rendergli quel maquillage e quella esteticità che solitamente ammiriamo nelle opere d'arte. Dall'altra parte, la natura già tanto dileggiata nell'idealismo, mortificata al grado di minare nel positivismo, ferita quindi nella teoria di Baudelaire, quando afferma che la natura imita l'arte (tema di cui si approprierà in maniera definitiva Oscar Wilde). La natura, che non è pienamente penetrabile dalla ragione, o almeno così sembra, si trova messa in scacco dai processi artistici, nei quali non soltanto non è "indagata", o abbellita o considerata. Ma è, per dire bene, ignorata. Semplicemente, è su un altro piano. E così la teoria estetica antinaturale di Baudelaire mostra tutto il suo antiplatonismo e antiaristotelismo nel rifiutare la natura come modello per l'arte! In tutto questo discorso, il dandy (*artifex*, uomo di artificio, portatore sano di "bellezza") non può mai esser naturale. Non può accettare la sua essenza di quotidianità, di uomo buttato nell'oggi. Il dandy segue mappe mentali libere da ogni legame "terrestre" o, per meglio dire, da ogni meschinità terrestre. Questo suo carattere lo porta a un'intelligenza di ciò che si nasconde a una visione normale (ecco l'apparente leggerezza del dandy). Di qui, un'infinita capacità di penetrare nelle cose del mondo. Di qui, un'immensa umanità (diciamolo una volta per tutte il maledettismo e il

cinismo – che sovente il dandy ostenta – è molte volte l'altra faccia della tenerezza). Un altro aspetto va sottolineato. Il dandy, nella sua apparente ricchezza (a volte barocca) di vestiario, di linguaggio, di vita esteriore è in realtà l'uomo povero per eccellenza.

Non è solo il mondo che occorre cambiare; bensì l'uomo. Donde sorgerà, quest'uomo nuovo? Non dal difuori. Amico, sappi scoprirlo in te stesso, e, come dal minerale si estrae un puro metallo senza scorie, pretendilo da te, quest'uomo atteso. Ottienilo da te. Ci sono mirabili possibilità in ogni essere. Persuaditi della tua forza e della tua giovinezza. Sappi ridirti continuamente: "dipende solo da me" (Gide, 1948, 216).

Il dandy sembra intuire, nella sua esistenza modaiola e nel suo pensiero estetico, che l'assoluto è soltanto in un potente respiro individualista ed egotico. Ma soprattutto che l'uomo si conosce nell'ombra, nel negativo, nel male. Quasi in maniera insospettabile, questa figura così aristocratica percorre le derive della moda per darsi unicamente come vagabondo, un errante. Il *flâneur*! Totalmente votato a se stesso e alla provocazione come unico atto di esistenza. Così il dandy, mentre in tutto cerca di affrontare a qualunque costo la propria individualità, segretamente si rende conto (nella sua anima benedetta dalla dannazione) che l'uomo è autentico soltanto quando la nullità lo possiede. E ai falsi progressi della società naturale e razionale che lo circonda oppone l'effimero, l'inutile, il vuoto, l'eccesso. Ovvero le "sue" forme piene di esistenza, come segni che sappiano dar voce alle cose. Nel dandismo non c'è mai azione (intesa come mezzo per la vita quotidiana) ma al contempo non esiste neanche l'inerzia nel suo procedere. Ad esempio Sartre ha sottolineato che Baudelaire vedeva nel dandismo "una morale dello sforzo" (1989, 119) vale a dire una volontà di eccellenza nella vita estetica (la vita assolutizzata in campo estetico) distruggendo con la freddezza e la voglia di distinguersi ogni possibilità di commozione e ogni senso di emotività. Il dandy, maledetto e nomadico, è spesso un narciso in meditazione. La sua utilità vuol essere nulla. Nell'uomo "utile" (attivo, coerente con la società in cui vive) la vita è un continuo problema da risolvere. La vita come problema è subito elusa dal dandismo. Si comprende poco del dandismo se non si osservi il suo progetto di "moda totale", di moda come creatività o come sfida. E anche se questo non è l'unico elemento dandistico, tuttavia dice molto sulla posizione dandy nel mondo. Un essere al mondo nel segno della differenza. Differenza dalla natura (intesa come sistema rigido, antiartistico) e dagli altri uomini. Al contempo differenza che mira ad una profonda identità. Identità dell'uomo con l'uomo, cosa che può aversi solo dopo l'esperienza del molteplice, cioè nelle sfide dell'apparenza (come straordinaria identità del profondo). Nel praticare le apparenze si troverà pur sempre

una cifra che le accomuni, un indizio che le avvicini: è già questa è strada per la profondità. Questa doppiezza tra apparenza e profondità è sempre viva nel dandismo: la sua esperienza del doppio può riguardare le maschere, lo specchio, l'arte, il sogno, l'androgino, la follia e il perseguire qualsiasi eccentricità. Tutti temi, si vede subito, che ricorrono in tantissimi artisti. Una "doppiezza" che troviamo nel dandismo è anche quella che riguarda lo snodo tra persona e personaggio. Alla fine, lo straniamento della persona-personaggio che gioca e si muove nel dandy (il quale è personaggio per la sua capacità di fissarsi a "tipo"; di fermarsi, in qualche modo, nel tempo) coincide con il massimo dell'identificazione. Più si sfugge alla propria identità costruendo maschere, più questa si ribella ai trucchi per affermare violentemente, coscientemente, se stessa. Tolle tutte le maschere del personaggio, emerge inequivocabilmente la persona. A sua volta incredibile numero di maschere.

È la mia immagine che voglio moltiplicare, ma non per narcisismo o megalomania come si potrebbe troppo facilmente credere: al contrario, per nascondere in mezzo a tanti fantasmi illusori di me stesso, il vero io che li fa muovere (Calvino, 1979, 162).

2. La "religio" dandistica

Combattere le strutture naturali, truccandole, spingendole verso un'estetica alle volte delirante e cambiandone i segni, è una maniera forte per realizzarne la presenza, per evidenziarne i fenomeni più nascosti. Mentire alla natura, nasconderla, è così un modo come un altro per affermarne la verità. Questo trucco della natura, questo stravolgere i segni naturali, ha in sé qualcosa di diabolico, di malefico, di creazione luciferina. E infatti più che a Dio la "religio" dandistica si rivolge al diavolo che è per eccellenza il negativo, la maschera del male assoluto, l'artificio malgrado la natura, nascosto nella natura stessa. Il diavolo ha, agli occhi del dandy, un potere immenso, quasi divino. Ma la sua posizione marginale di angelo decaduto lo costringe alla resa di fronte al bene, non perché egli sia più debole, ma perché non può agire nel bene. Nel dandismo, spesso lo stile trova un'immediata personificazione nel diavolo. L'*Angelus Satanas*, l'angelo decaduto ("le plus beau et le plus savant des anges"). Il diavolo come personificazione del male ha, nella mitologia anche contemporanea, un potere immenso, quasi divino. Non è un caso che il diavolo quale portavoce assoluto del male trovi vasto entusiasmo proprio nell'immaginario letterario del dandismo, con un morboso raccontare di immagini di piacere, messe nere, donne perdute e donne fatali

Commentato [FF48]: E?

(sul capitolo dell'immaginario femminile la poetica di Baudelaire sarà centrale). Non è un caso, peraltro, che il diavolo trovi tutta questa mitologia entusiasta proprio nei dandy, che in buona parte, si sa, appartengono al periodo del decadentismo (e dunque al tempo della vicinanza delle realtà mistico-religiose con un morboso, sfrenato edonismo in cui si trovano mischiati santi o immagini di piacere, messe nere e messe vere, donne fatali, donne perdute).

Nella prospettiva del dandy, Satana appare come un Dio possibile, un'immagine del Dio negativo, di un dio caduto, l'unico in cui è ancora possibile credere, cui l'angelo precipitato può ancora volgere lo sguardo smarrito. Caldo e gelido, generoso e perfido, beffardo e semplice, Satana è il dio dei contrasti irrisolti, irrisolvibili, e appunto per questo diabolici (...) Perfetto e incompleto, teso ad un divenire impossibile, Satana appare il riflesso, rovesciato dall'ottica delle classi dominanti, del tentativo di emancipazione dell'uomo, della sua tensione a farsi Dio, creatore delle proprie sorti (Scaraffia, 1981, 167).

Commentato [FF49]: ?

Il diavolo stesso, dunque, ha in sé elementi del dandismo. Mistica insieme divina e diabolica, quella del dandy, che dalla società umana, fintamente religiosa, si distacca per una visione contraddittoria della realtà divina. La follia religiosa è qui, ancora una volta, scontro tra artificio e natura, Dio e Satana, Bellezza e Bene. Giacché per il dandismo male e bene si confondono di continuo. Il misticismo, quindi, è nel dandy preghiera e bestemmia, peccato e santità: perché il suo vivere è sempre nel segno dell'eccesso, e tutta la sua spiritualità è posta sotto l'insegna della trasgressione. Non è un caso che letteratura che ha a che fare col dandismo sia ricca del negativo, del doppio, dell'ambiguo, in cui eccesso e trasgressione s'intramano nell'arte stessa del narrare. In tutto questo è evidente che il male è nel dandismo una vera e propria categoria estetica. Si pensi anche, in velocità di sintesi, al parallelo pittorico con la letteratura: la morbosità e il peccato trasferiti sulle tele di pittori illustri (sicuramente Füssli ne è un esempio ante litteram e poi: Moreau, Redon, Whistler, Toulouse-Lautrec). Nella letteratura dandy la visionarietà febbrile, avida di particolari, sensibile fino all'estremo, incapace di intendere la ragione, proprio perché cerca una superficialità di impressioni, accompagna sempre l'artista e la sua lotta per l'artificio. In una società in cui ragione, natura, retorica del bene sono le parole d'ordine il dandy in quanto *artifex* trasgressivo, non può non opporre ai suoi nemici gli elementi di senso, sogno, indistinzione tra male e bene. In questo "sistema" di indistinzioni si vede bene che il dandismo suggerisce sempre un'alternativa al reale. Nel dandismo l'utopia, infatti, perde tutte le sue caratteristiche negative che la ragione le attribuisce. In esso l'utopia diviene luogo possibile, spazio di un sogno che forse un giorno si realizzerà, facendo perdere alla

realtà la sua maschera terribile e perentoria. E si vede ancora una volta che l'utopia non è semplicemente "non essere" ma possibilità! Non c'è nel dandismo un'opposizione fra ragione e utopia. È come se l'utopia coincidesse con la ragione, come se fosse, insomma, l'unica ragione possibile. L'utopia permette, nella sua posizione assolutamente precaria e improbabile, di avvicinare quella felicità che tutti dicono di ricercare, e che però spesso allontanano per paura o per incapacità al mutamento. Ma allora il dandy è un malinconico utopista o un inguaribile inseguitore di felicità.

Si è spesso detto che il dandy non è felice, ma anche questo è ampiamente contestabile [...] Tutti i suoi tentativi di cogliere la bellezza nelle situazioni più scabrose, paradossali e difficili, ci rinviano ad un concetto utopico di felicità molto più ampio di quello esistente e riconosciuto come tale [...] Questo tipo di felicità [...] consiste in un'aderenza totale dell'individuo alla vita [...] la felicità non coincide con un particolare stato, ma col vivere stesso tutto intero [...] L'attenzione, la cura del dandy per ogni aspetto del reale e del suo io è uno sforzo tendente a ripercorrere l'antica strada dell'unità, a ritrovare il linguaggio muto delle foreste e dei simboli (Scaraffia, 1981, 105-106).

L'utopia è, insomma, la religione del dandy. E nulla importa se nel percorrerla s'inciampa o s'utilizza la moda. Questa "religione" lo fa sognare *malgré tout* poiché, come si è visto, il dandy sa costruirsi comunque, di là da ogni malinconia e da ogni *tedium vitae*, una propria miracolosa felicità.

Nel 1822 come volume a sé, comparvero le *Confessioni di un oppioman*e. Scopo di quell'opera era di rivelare parte della grandiosità che è potenzialmente insita nei sogni umani. Per quanti possano essere coloro in cui questa facoltà di sognare in modo splendido esiste allo stato latente, non ve ne sono molti in cui essa è sviluppata (de Quincey, 1979, 105).

La felicità, come la moda (in un perfetto paradosso), è una delle peculiarità del dandismo. E anzi diviene in esso ricca di doni. Perché il dandy la vede nella sua essenza impalpabile, inspiegabile e la vive senza preoccuparsi di razionalizzarla. Nel dandismo la ricerca di allegria è indomabile. Essa può, in quanto allegria, anche mancare di motivo. Il sorriso è anch'esso elemento provocatorio verso la società in cui vive il dandy. E qui si possono ricordare l'homour, i *bon mot*, lo spirito elegante e divertente tramandato nelle biografie: da Lord Brummel a Oscar Wilde, da Beardsley a Max Beerbohm, da Balzac a Barbey d'Aurevilly...

Il regno della borghesia è quello della separazione e della perdita, della confusione dell'io nella massa; di fronte ad esso il dandy rivendica la propria indipendenza e la propria volontà di cogliere la felicità, e cioè l'esistere nella sua umana interezza (Scaraffia, 1981, 106-107).

La scommessa della felicità è per il dandy scommessa totale. Perfino in casi estremi, infatti, il suo pensiero è portato a vedere anche nelle infelicità un barlume di segni felici. Eccesso che sposta il segno di ogni convenzione, fino ad allontanare ragione e realismo di là dai significati effettivi, per potere ancora una volta affermare la sovranità del sogno nella vita.

A differenza della grigia monotonia dell'aurea *mediocritas* sociale, per cui ha valore solo ciò che è programmato e l'imprevisto è giudicato sempre con sospetto, il dandy guarda alla variabilità, al molteplice, ben sapendo che la vita, nella sua totalità, è molte cose. È divenire mai prevedibile. Di qui, il rispondere del dandy all'arbitrio del caso opponendogli l'arbitrio della personalità (individualismo, animo aristocratico, capricciosità). In questo suo continuo mascherare e mascherarsi il dandy somiglia al signor Knott:

Un giorno il signor Knott era alto, grasso, pallido e castano, e il giorno dopo magro, piccolo, colorito e biondo, e il giorno dopo robusto, tarchiato, smorto e rossiccio, e il giorno dopo piccolo, grasso, pallido e biondo, e il giorno dopo tarchiato, colorito, magro e rossiccio (Beckett, 1981, 216).

E via continuando per un paio di pagine ancora. Questo rimando beckettiano per sottolineare la personalità dandy come scissione plurima, come circo di tanti se stessi che hanno in comune solo il nome. La vita è così intesa come libero gioco d'arte, o meglio come tentativo continuo di compiere questo gioco. Figura vitale, il dandy lo è tanto di più quanto più incarna e assume in sé i mille volti i mille nomi della morte, vedendo l'esistenza con uno sguardo d'infinita gioventù. Libertà, voce di vita, *cupio dissolvi* del dandy sono uniti. Infatti egli rifugge da ogni schema di separazione che l'educazione sociale impone all'uomo (per cui l'individuo si trova se non liberarsene, davanti a dualismi irrisolvibili, come ad esempio vitalità e malinconia: personalità notturna scissa da quella diurna; norma e trasgressione; buio e luce; l'individuo semplicemente educato, che non abbia in sé colloqui vitali, soffre di tutte queste sconessioni e disarmonie).

Nel dandy, l'unica domanda vera sulla vita è quella della *harmonia mundi*, sospendendo ogni vana discussione esterna al suo spirito. Nel dandismo è rintracciabile una capacità di unire gli opposti (la vitalità come altra faccia della malinconia, il diurno come specchio del notturno, la trasgressione come possibile norma). Essere poetico, vitale, il dandy trasforma ogni schema, ogni analisi, in sintesi, in "addensamento". Cadono, in questa prospettiva, tutti i giochi sociali (regole, eccezioni) perché laddove c'è sintesi può non esserci ordine. Ed è proprio in quanto corruttore e distruttore dell'ordine sociale, e portabandiera di una differenza che ne fa un personaggio completo, sfuggente al reale-razionale della società d'ordine, che il dandy è odiato e

tollerato nel mentre è invidiato per la sua eleganza, per la sua serenità interiore, per il suo essere bellezza nel male, per il suo essere persona “ineguagliabile di una raffinatezza selvaggia, in cui la ferocia si confonde con la dolcezza” (Scaraffia, 1981, 45).

A tutte le particolarità dandistiche finora evidenziate va aggiunto il motivo del suicidio. Esso è fin troppo presente nel dandy, per il quale il suicidio può essere un'arte in piena regola così come per De Quencey poteva essere l'assassinio. Pensando al dandismo come a un cerimoniale, Sartre sottolinea che esso è “un club di suicidi e la vita di ognuno dei membri non è che l'esercizio di un suicidio permanente” (1989, 132). Ma da cosa deriva questo desiderio del suicidio? Da un lato è ancora una volta percorrere una strada dell'edonismo e dall'altro è l'ossessiva ricerca di una realtà alternativa (un'alternativa da perseguire assolutamente, anche a rischio di annullare se stessi).

3. Il dandy e il vestiario

Sul vestiario il dandy la sa lunga. “Il dandy deve aspirare a essere sublime senza interruzione; deve vivere e dormire di fronte a uno specchio” (Baudelaire, 1983, 54). Nel dandy il vestiario è, naturalmente, molto ma non tutto. Dandy e vestito si completano vicendevolmente. Inoltre, senza il portamento unico del dandy e le sue pose tutte personali non esisterebbe unicità vera, ma solo eleganza. Lord Brummel, ad esempio, invitava gli amici ad assistere alla sua vestizione, mostrando la semplicità di ciò che indossava, cui si aggiungeva, a dare la magia del personaggio, la sua particolare maniera di apparizione, il suo *glamour*. Il rapporto dandy-vestiario è un rapporto assai personalizzato, individualizzato. E tuttavia il vestito “fa” il dandy, non tanto “questo” o “quel” vestito, ma esso in quanto segno esteriore del dandismo, paradossale mezzo di riconoscimento di un io fantasmatico e per contro individualista. Lieve e segnato. Il dandy è consapevole “della aleatorietà della moda, del suo essere incarnazione solo momentanea della bellezza [...] Egli è sovrano del transitorio, perché lo sa eterno” (Scaraffia, 1981, 138). Il dandy sintetizza una precisa concezione della moda. In primo luogo proprio la sua “essenza” realizzata sul quel carattere di “confine” tra esser punto d'inizio e punto di fine.

La moda con il suo gioco fra la tendenza ad una diffusione generale e la distruzione del proprio senso, che seguirebbe tale diffusione, ha il fascino di un inizio e di una fine contemporaneamente, il fascino della novità e contemporaneamente quello

della caducità. Il suo problema non è essere o non essere, la moda è contemporaneamente essere e non essere, si trova sempre sullo spartiacque fra passato e futuro e ci dà, finché è fiorente, un senso del presente così forte da superare in questo senso ogni altro fenomeno (Simmel, 1996, 28).

Nel dandy il vestiario, come le pose e tutto ciò che è espressione, si confonde con l'arte. L'arte è intesa qui come esagerazione della forma estetica, portata a sconfinare nella stessa esistenza umana. E il male è un ulteriore prezioso suo vestiario. Ulteriore maschera "primo fra tutti, dandy è colui che ha in sorte di scoprire la profondità della maschera e la realtà dell'apparenza" (Beerbohm, 1985, 83). Se non ha anche un "abito interiore", ma soltanto l'eleganza, l'uomo non è dandy. Ciò che invece distingue il dandy al di là del vestiario è quella *quiddas* nel suo sguardo, nei suoi gesti, nelle sue parole, che lo rivelano e lo nascondono al tempo stesso. La posa del dandy è sempre essenza e apparenza. L'importante è che l'apparizione sia perfetta. "Quel che si presenta come perfettamente compiuto e rasenta l'eccesso della completezza ci dà il senso d'una impotenza a modificarlo" (Valery, 1986, 30). In tutto questo, in questo eccentrico procedere il dandy utilizza sempre il canone dell'eleganza come ulteriore sfida tellurica. Nel dandismo si nasconde ciò che gli altri vogliono ostentare (i "lati buoni" della persona) e si manifesta soprattutto ciò che dà scandalo (e quindi edonismo, dissolutezza, anticonformismo). Linguaggio ancora una volta di rivelazione e nascondimento, in nome dell'uguaglianza fra vita e avventura, fra personalità e individualità, anche a costo di apparire "fuori dal mondo". Soprattutto perché il "dandy per sua funzione è un oppositore. Non si mantiene se non nella sfida" (Camus, 1962, 67). Il dandy è quindi un fanciullo, un eversivo *enfant terrible*. La sua malefica terribilità di falso fanciullo è un continuo voler giocare una doppia entità: "l'uomo reale che 'gioca' e l'uomo come ruolo all'interno del gioco" (Fink, 1987, 46). Il sogno del dandy lo costringe sempre ad un doppio gioco, ad un perenne mascherarsi in cui egli stesso si dimentica. Ma è forse proprio questo dimenticarsi uno dei capisaldi della sua utopia: un'utopia del gioco e dell'ebbrezza, un'utopia del perdersi.

Ogni giocare è una produzione magica di un mondo ludico [...] Nel progetto di un mondo del gioco lo stesso giocatore di questo 'mondo' si perde nella sua creazione, interpreta un ruolo e, all'interno del mondo del gioco, si trova tra cose e persone da mondo del gioco. [...] Il mondo del gioco non è sospeso in un puro regno di pensieri, ha sempre una scena reale, e tuttavia non è mai una cosa reale tra le cose reali (Fink, 1987, 47-48).

Il dandismo può dirsi dunque anche un gioco e un continuo meccanismo d'illusioni. Così da Brummel a Barbey d'Arenville, da Baudelaire a Wilde a

Beerbohm, si osserva nel dandismo una marcata capacità di illusione (e di gioco illusionistico, di creazioni apparenti) e al tempo stesso un'abile lotta col tempo, che distruggendo la vanità è certo il nemico più temibile del dandismo. Mai così tragicamente ostinato come lo è sul problema del tempo l'atteggiamento del dandy è un atteggiamento letterario che pretende un'immediata irruzione nella vita: e questo è un sogno impossibile che dura quanto un'illusione. Il dandismo è una *scuola di pensiero* il cui messaggio finale può sembrare essere "l'appropriazione dell'irrealtà" (Agamben, 1977, 59). Il dandy nel suo perseguire la moda e l'irreale si "nullifica", arriva a mostrarsi come "oggetto d'arte", volendo protestare contro la massificazione: questo mortificarsi, questo reificarsi nelle soggettività ci indica un'ulteriore possibilità di vivere il moderno. Walter Benjamin evidenzia la centralità dell'esperienza dello choc e dell'esperienza della folla come trame fondanti l'opera del poeta francese (eletto ad emblema del dandismo). Lo choc e la folla sono in Baudelaire due elementi in stretta coesione. Entrambi rappresentano la vertigine della metropoli, l'impossibilità di ritrovare l'elemento umano in una realtà quasi automatizzata. Baudelaire è terrorizzato dalla folla, vuole anch'egli incutere timore, riuscire a prevederne gli sguardi sulla sua persona eccentrica, cercare di innalzarsi da quel numero amorfo, tenendolo, per così dire, sotto un costante controllo.

Questa folla, di cui Baudelaire non dimentica mai l'esistenza, non funse da modello a nessuna delle sue opere. Ma essa è iscritta nella sua creazione come figura segreta [...] è con la folla invisibile delle parole, dei frammenti, degli inizi di versi, che il poeta combatte, nei viali abbandonati, la sua lotta per la preda poetica (Benjamin, 1962, 99).

Benjamin sottolinea dell'immagine della folla in Baudelaire un aspetto proprio (il passaggio continuo della folla metropolitana) e un aspetto metaforico, la "folla delle parole". In entrambi i casi il dandy ha a che fare con una lotta. La folla è per Baudelaire, insomma, non soltanto uno degli aspetti più evidenti e frenetici della modernità, ma anche un incubo necessario cui reagire con tutte le forze. Cercando persino in essa, nel suo monotono e compatto squallore, la poesia dell'occasione, dell'incontro, l'avventura, il vagabondaggio. Benjamin evidenzia l'osservazione baudelairiana di esempi in cui valga il concetto di esatta ripetizione: il lavoro dell'operaio o il gioco d'azzardo. Nell'esatta ripetizione, cara al malefico, si perpetua la logica del calcolo e della numerazione. Si ripete la terrificante moltiplicazione del numero senza una meta: proprio come nella folla. Da quest'incubo della ripetizione e del numero si origina per contrasto un'altra definizione e un'altra idea di modernità. È la modernità come indefinito, come libertà, come sogno.

È la modernità come “appropriazione dell’irreale”, ottenuto paradossalmente proprio da un atteggiamento disumanizzante. Se si recupera l’avventura dell’umano, perfino l’incubo della folla assume per Baudelaire altre caratteristiche.

L’innamorato della vita universale entra nella folla come in un’immensa centrale di elettricità. Lo si può magari paragonare a uno specchio immenso quanto la folla; a un caleidoscopio provvisto di coscienza, che, ad ogni suo movimento, raffigura la vita molteplice e la grazia mutevole di tutti gli elementi della vita. È un io insaziabile di non io (1981, 286).

Per concludere possiamo dire che il dandismo è paradossalmente disumano perché malgrado tutta la sua esteriorità e il suo stile e le sue maniere è un movimento di autenticità umana, volendo seguirne i sogni e i percorsi. Distrugge la sua umanità, percorre le strade della moda, si maschera in modo mercificato e diviene così una “grazia che si falsa per essere sentita meglio in una società falsa” (Barbey D’Aurevilly, 1981, 63). Dunque il diventare un cadavere vivente, una creatura anti-umana significa per il dandismo liberarsi di una falsità che non è semplice stile o messinscena narcisistica, ma è sintomo di una corruzione ben più grave: la perdita di ogni polarità umana, che evidentemente il dandismo crede di riacquisire per mezzo della più paradossale e lontana delle provocazioni. La moda. Lo stile. L’esibizione di sé.

Riferimenti bibliografici

- Adorno T.W. (1994), *Minima moralia. Meditazioni della vita offesa*, Einaudi, Torino.
- Agamben G. (1977), *Baudelaire o la merce assoluta e Beau Brummel o l’appropriazione dell’irrealtà*, in *Stanze*, Einaudi, Torino.
- Amendola A., Tirino M., a cura di (2017), *Romanzi e immaginari digitali. Saggi di Mediologia della letteratura*, Gechi Edizioni, Salerno-Milano.
- Barbey D’Aurevilly (1981), *Lord Brummel e il dandismo*, Sellerio, Palermo.
- Baudelaire C. (1857), *Les Fleurs du Mal*, Poulet-Malassis et de Broise, Paris; tr. it. *I fiori del male e altre poesie*, Einaudi, Torino, 1992.
- Baudelaire C. (1863), *Le peintre de la vie moderne*, in *Œuvres complètes*, vol. IV, Michel Lévy, Paris; tr. it. *Il pittore della vita moderna*, Einaudi, Torino, 1981.
- Baudelaire C. (1869), *Petits poèmes en prose*, in *Œuvres complètes*, vol. IV, Michel Lévy, Paris; tr. it. *Lo spleen di Parigi. Piccoli poemi in prosa*, SE, Milano, 1988.
- Baudelaire C. (1887), *Mon cœur mis à nu*, in *Œuvres posthumes et correspondances inédites*, Mason Quantin, Paris; tr. it. *Il mio cuore messo a nudo*, Adelphi, Milano, 1983.
- Bauman Z. (1999), *La società dell’incertezza*, Il Mulino, Bologna.

- Beckett S. (1981), *Watt*, Sugar, Milano.
- Beerbohm M. (1985), *Elogio dei cosmetici*, Novecento, Palermo.
- Beerbohm M. (1987), *Dandy e dandies*, Studio Tesi, Pordenone.
- Benjamin W. (1937), *L'oeuvre d'art à l'époque de sa reproduction mécanisée*, "Zeitschrift für Sozialforschung"; tr. it. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica e altri saggi*, BUR, Milano, 2013.
- Benjamin W. (1937), *Über einige Motive bei Baudelaire*, "Zeitschrift für Sozialforschung", 8, 1-2; tr. it. *Di alcuni motivi in Baudelaire*, in *Angelus Novus*, Einaudi, Torino, 1962.
- Calvino I. (1979), *Se una notte d'inverno un viaggiatore*, Einaudi, Torino.
- Camus A. (1962), *L'uomo in rivolta*, Bompiani, Milano.
- de Quincey T. (1979), *Confessioni di un oppiomane*, Garzanti, Milano.
- Fink G. (1987), *Oasi della gioia. Idee per un'ontologia del gioco*, Edizioni 10/17, Salerno.
- Gide A. (1948), *I nutrimenti terrestri*, Mondadori, Milano.
- Heidegger M. (1999), *Concetti fondamentali della metafisica. Mondi-finitezza-solitudine*, Il Melangolo, Genova.
- Lyotard J.-F. (2001) *L'inumano divagazioni sul tempo*, Lanfranchi, Milano.
- Sartre J.-P. (1989), *Baudelaire*, Mondadori, Milano.
- Scalia G. (1978), *La mania della verità. Dialoghi con Pier Paolo Pasolini*, Cappelli, Bologna.
- Scaraffia G. (1981), *Dizionario del dandy*, Laterza, Roma-Bari.
- Simmel G. (1996), *La moda*, SE, Milano.
- Valery P. (1986), *Quaderni II*, Adelphi, Milano.

Commentato [FF50]: È una rivista, giusto? Inserire numero e intervallo pagine

Parte seconda.
Letteratura

a cura di Milena Montanile

Introduzione

di Milena Montanile

La moda ha interessato sempre più spesso, e in maniera crescente, le forme dell'immaginario, coinvolgendo il linguaggio, la scrittura, e in senso lato la letteratura. I contributi che seguono aggiungono un tassello significativo al grande mosaico che si è cercato di costruire con questa ricerca, interessata ad esplorare il fenomeno in tutti suoi aspetti (dal mercato alla sostenibilità, al benessere, alla società, all'aspetto regolativo, ai costumi di scena alle rappresentazioni). Vestirsi vuol dire parlare un linguaggio stratificato, un alfabeto di segni di cui il corpo si ricopre, e *moda* in questo senso non rimanda immediatamente al vestire, ma comprende tutto ciò che entra nel circuito di questo sistema, sicuramente complesso, che trova la sua ragione nell'immediato soddisfacimento di bisogni profondi e ambivalenti. Una richiesta di distinzione/omologazione, legata a dimensioni profonde che coinvolgono il gusto, il carattere, l'umore, lo stesso modo di essere-nel-mondo, e che va ben al di là di qualsiasi semplicistica implicazione di natura estetica o economica. In realtà proprio in quanto sistema di segni, con un codice proprio, il fenomeno-moda non può escludere o ignorare, come si diceva, il confronto con le forme dell'immaginario, soprattutto col testo letterario, intendendo, naturalmente, la letteratura nell'accezione più ampia. La disamina proposta parte, e non a caso, da un testo per certi aspetti "esemplare" che riflette un punto di svolta significativo nel passaggio dal Medioevo al Rinascimento: si tratta del *Dialogo della bella creanza delle donne*, meglio noto con il titolo *La Raffaella*, scritto negli anni Trenta del Cinquecento da Alessandro Piccolomini, arcivescovo, leader indiscusso degli "Intronati", traduttore di testi classici, noto anche per i suoi interessi speculativi, attivo tra Siena e Padova, tra iniziative accademiche e studio. Nel dialogo, che incontrò un immediato successo fin dalla prima edizione, Piccolomini utilizza la forma della conversazione accademica per operare un singolare rovesciamento dei codici di comportamento cortesi, fino a spostare nel gioco parodico il tema del ben vestire, ma

ben in linea con i dettami emergenti del “nuovo” che andava prefigurando, sul fronte della moda, i nuovi orizzonti del moderno. L’attenzione alla moda come sistema di segni è ben presente nel dialogo dove l’autore, oltre a denunciare un sicuro possesso del lessico tecnico, mostra di aver bene intuito l’enorme potenziale espressivo contenuto nell’abito, affidando il suo messaggio a un sapiente gioco di contrasti tra filoginia e parodia a sfondo misogino.

Il testo del Piccolomini vide la luce nel 1539, in un momento cruciale nella storia della moda, quando l’irruzione del nuovo, connesso all’esplosione di importanti fenomeni socioeconomici, introdusse un notevole cambiamento nel gusto e nei comportamenti individuali, alimentando una sensibilità nuova nei confronti delle varie espressioni del “moderno”. Il Cinquecento, soprattutto con la straordinaria invenzione della stampa, promosse la diffusione di una sensibilità nuova nei confronti della moda, cui si accompagnò la nascita di una prima codificazione delle pratiche vestimentarie, quale emerge da tutta l’ampia trattatistica sul comportamento e dalla compilazione diffusa di ricettari per la bellezza e per la cura del corpo. Anche in questo caso la testimonianza del Piccolomini, che registra con estrema precisione ricette di acque profumate, “impiastri” e belletti, combinando prescrizioni di farmacopea cosmetica e regole del “viver civile”, si rivela davvero preziosa, sicuramente significativa.

La parola *moda* viene a porsi così come strumento cardine per navigare nel *mare magnum* non solo della moda come fenomeno economico e socio-culturale, ma anche del linguaggio che alla moda si riferisce, giacché l’espansione del fenomeno, con l’incremento delle tecniche di produzione dei manufatti, particolarmente significativo tra Cinquecento e Seicento, finì per produrre un notevole ampliamento del lessico tecnico-specialistico, arricchendo notevolmente gli usi linguistici, e non solo a livello parlato. In questa direzione si è mossa la ricerca di Rosa Troiano e di Paola Nigro che hanno modulato il proprio discorso sul versante dell’approccio storico-linguistico, osservando che la moda, in quanto indice e marcatore socioeconomico, e dunque strumento di differenziazione sociale, si esprime con un codice autonomo e con un sistema di segni dotato di regole proprie, tanto da permettere una lettura di abiti, accessori ed elementi decorativi come testi analizzabili a livello linguistico. Nella prima parte della ricerca, curata da Paola Nigro, l’indagine si è appuntata sulla fortuna di due particolari indumenti, capibase dell’abbigliamento, la camicia e la gorgiera, diffusi nella pratica vestimentaria in quegli anni, come è emerso da alcune testimonianze letterarie significative, registrate tra Cinquecento e Seicento, nonché dai ritratti “alla moda” dei maggiori artisti del tempo. Indumenti che insieme a polsini e fazzoletti, e proprio a partire dalla fine del Cinquecento, diventarono denotatori di un preciso *status* sociale e acquisirono maggiore visibilità e ricchezza

nella fattura e negli ornamenti. Di sicuro interesse anche la storia della parola *moda*, qui attentamente analizzata; una parola sconosciuta tra Quattrocento e Cinquecento, che avrà piena attestazione solo nel secolo successivo, usata, come pare, la prima volta, nell'opera *Della carrozza da nolo, ovvero Del vestire, et usanze alla moda* (1648) dell'abate milanese Agostino Lampugnani.

Nella seconda parte della ricerca, curata da Rosa Troiano, l'indagine si è orientata sul linguaggio della moda di area campana, in particolare sul lessico delle arti tessili, soprattutto in relazione a quelle attività femminili del ricamo e del merletto, che tra Cinquecento e Seicento, e non solo in Campania, avevano avuto un notevole sviluppo. L'incremento delle attività tessili e manifatturiere in quegli anni risultò altresì determinante per l'affermazione di nuove tecniche di ricamo: dal cosiddetto ricamo "bianco su bianco", al sorgere e alla repentina diffusione dell'arte del merletto ad ago e a fuselli. Attività che ebbero significative ripercussioni sia di natura sociale (con un maggiore coinvolgimento delle donne nella produzione dei ricami), sia di natura artistico-culturale (con l'ampia produzione e circolazione di libretti di modelli) e con evidenti ripercussioni sul piano storico-linguistico. L'indagine, sicuramente originale, condotta su alcuni testi letterari di tradizione napoletana, in un arco di tempo ben circoscritto, tra manierismo e barocco, ha portato allo scoperto un buon numero di voci, di particolare interesse sotto il profilo storico-linguistico, com'è il caso dello spagnolismo *cartiglia* usato a indicare, nei testi presi in esame, un prezioso e antico ornamento decorativo, la cosiddetta "trina ad ago" che influenzò fortemente, e ad ogni livello, la moda del tempo. Lo studio, accurato e attento, ha consentito alla studiosa di far emergere le caratteristiche di una lingua settoriale, creativa ed estrosa, che con i suoi tecnicismi, connotò fortemente in alcuni settori della moda il registro espressivo di quegli anni.

Ma anche il teatro è riuscito a raccontare il linguaggio della moda, come è emerso dalla ricerca di Carmela Citro che si è inoltrata nell'universo scenico dei personaggi goldoniani, mettendo in luce la straordinaria capacità del Goldoni di far parlare i personaggi anche, e direi soprattutto, attraverso abiti e ornamenti. La letteratura moderna ha riconosciuto, in maniera sempre più convinta, alla moda, agli oggetti e ai costumi un'importanza centrale nell'architettura narrativa, al pari di altri elementi funzionali all'ordito del racconto, nel momento in cui l'insistenza su abiti e oggetti diventa funzionale alla costruzione dell'indole del personaggio e del suo *status*. La studiosa è partita da alcuni testi-campione, tratti dal ricco *corpus* teatrale di Carlo Goldoni, che le hanno consentito di far emergere la cura con cui l'autore ha messo a fuoco i suoi personaggi, meticolosamente ritratti anche attraverso la descrizione di abiti e oggetti di scena, e con una vivacità descrittiva simile per tanti versi a certa pittura di genere, sul modello di Pietro Longhi. Un modo

anche questo per rendere visibili, attraverso le suggestioni della scena, il gusto, gli orientamenti della moda, oltre ai caratteri storici e umani di un'epoca.

Ancora sull'abito come complesso sistema segnico si è fermata Antonella Catone che ha proposto un'interessante rilettura di una novella dello svizzero Gottfried Keller, dal titolo inequivocabile, *L'abito fa il monaco*, edita nel 1874. La studiosa ha messo a frutto alcune sollecitazioni offerte dagli studi condotti in tempi diversi sul linguaggio vestimentario e sulla sociologia del vestito fino alle ricerche, soprattutto di ambito germanico, sul linguaggio degli abiti, e in particolare sul *tabarro* che è l'oggetto intorno a cui Keller articola la trama del racconto, sfruttando la complessa ambivalenza del codice segnico.

Spostandosi in area novecentesca, Eleonora Rimolo ha osservato come il panorama letterario tra Ottocento e Novecento riveli un'equazione interessante tra donna, moda e modernità, registrando la nascita nei primi anni del secolo di una figura nuova di donna, simbolo trasfigurato del viaggio compiuto dal codice: la *femme fatale* dannunziana. La studiosa ha passato in rassegna dieci figure femminili presenti nell'opera dannunziana (da Pamphila del *Poema paradisiaco* a Elena Muti de *Il piacere* a Ippolita Sanzio del *Trionfo della morte* a Foscarina de *Il fuoco* a Pantèa del *Sogno d'un tramonto d'autunno* a Elena Comnena de *La gloria* a Teresa Raffo e Giuliana Hermil de *L'innocente* a Basiliola de *La nave* a Isabella Inghirami di *Forse che si forse che no*), ne ha ricostruito la genesi e i caratteri, mettendone a fuoco i rituali di seduzione: si tratta in ogni caso di donne accomunate da una medesima tensione erotica, affidata ad abiti, monili e oggetti di lusso, trasformati in arma infallibile di conquista, simboli della spasmodica ricerca del piacere, e insieme del nevrotico desiderio di emancipazione.

La parabola fin qui tracciata intorno al tema della moda, ai suoi simboli, e al suo linguaggio, ha trovato un interessante punto di approdo nel saggio di Giancarlo Guercio che ha indagato sul netto rifiuto espresso da Pasolini negli anni del boom economico, immediatamente successivi alla fine della guerra. Un rifiuto "gridato" con forza e in più occasioni, che attraversa gran parte dei suoi scritti, narrativi e di polemica giornalistica, dove la presa di posizione contro la moda, in quanto espressione del moderno, trova la sua ragione nel rifiuto della desacralizzazione che nella società postbellica, omologata e massificata, aveva colpito in prima istanza il corpo, svilito a cosa, e lo stesso abito, pericoloso oggetto di simulazione sociale. Nella presa di distanza dal fenomeno Pasolini, al pari di altri intellettuali coevi, esprimeva la sua denuncia, drastica e definitiva, nei confronti della società contemporanea, dei suoi simulacri, dei suoi idoli, fissando un punto di svolta significativo nell'evoluzione che, a partire proprio da quegli anni, avrebbe interessato il sistema "moda" in tutti i suoi aspetti.

*I. “Vestire riccamente con garbo e con giudizio”.
Lezioni di moda e di comportamento
ne La Raffaella di Alessandro Piccolomini (1539)*

di Milena Montanile

Abstract

In the dialogue *Della bella creanza delle donne*, written in the late thirties of the sixteenth century, Piccolomini uses the form of academic conversation, to operate a timely reversal of the codes of courtly behavior, to move into the parodic game the theme of well-dressed, proving nevertheless well in line with the emerging dictates of the ‘new’ which defined the new frontiers of the modern in the field of fashion.

1. La genesi del dialogo: tra teatralità e gusto del paradosso

All’interno della natura estroversa dell’intrattenimento piacevole e festoso, conforme allo spirito della raffinata società senese, Piccolomini mette insieme in questo dialogo una serie di singolari regole di vita e di comportamento, in una sorta di provocatorio controcanto parodico rispetto al genere, che complice il *cortegiano*, aveva imposto modelli e pratiche di scrittura destinati a grande diffusione e a lunga durata. Il dialogo, meglio noto con il titolo *La Raffaella*, porta allo scoperto quell’inclinazione al *divertissement*, che più tardi il Piccolomini, ascritto all’austera dignità intellettuale del circolo patavino, si affrettò ad archiviare, rubricando lo scritto tra le opere di innocuo divertimento, scritte “per ischerzo e per gioco” (Piccolomini, 1543, 231r-v), quasi una ricreazione della mente dalle applicazioni serie. Ma che questo dialogo, frutto maturo del tirocinio senese, sia qualcosa di più che un semplice e innocuo scherzo giovanile è tuttavia confermato dall’attenzione che anche più tardi l’autore continuerà a rivolgere al tema dell’amore e delle donne, incrociando moduli trattatistici e suggestioni novellistiche e teatrali. Mi riferisco oltre naturalmente *all’amor costante*, 1536, dove Vergilio, servo

Commentato [FF51]: minuscolo

di messer Giannino, proclama, per l'uomo e la donna, parità di diritti di fronte all'amore, alla di poco successiva *Orazione in lode delle donne* (1538), un vero e proprio proclama filogino, anch'esso attribuito alla stagione senese, e scritto a ridosso de *La Raffaella* (l'orazione fu poi inclusa nella più tarda traduzione del trattato di Agrippa, *Sulla nobiltà ed eccellenza delle donne*, Giolito 1545), fino alla più organica *Institutione di tutta la vita dell'huomo nato nobile e in città libera*, stampata nel 1543, ma già completa nel '39: un manuale per la formazione del giovane aristocratico, nato dalla volontà di riscattare la figura femminile dalle molte cose (malevoli), scritte per ischerzo, nel dialogo giovanile, ma che di fatto testimonia l'attenzione dell'autore nei confronti del rinnovato ruolo che le nuove pratiche letterarie e comunicative avevano assicurato alla donna, e in una città libera come Siena, repubblica fino a pochi anni addietro, e priva di corte. Ancora nell'*Alessandro* (1544) Piccolomini ricordava il ruolo privilegiato riservato alla donna in ambiente intronato: "l'usanza de gli intronati [scriveva] fu sempre di parlar a voi [donne]" (1966, 109). E non a caso in questo trattato, accanto alle discipline raccomandate per la "perfetta e felice vita del gentiluomo" (filosofia, politica, economia, poesia, musica), ampio spazio riservò alle questioni relative agli affetti domestici e alla cura della famiglia. Fino a legittimare all'interno della consacrata istituzione matrimoniale il diritto femminile al piacere, rivendicando, sotto questo aspetto, la parità tra i sessi. In realtà proprio la rielaborazione all'interno di questo scritto di alcuni temi già celebrati ne *La Raffaella* ha fatto pensare a questo dialogo come a qualcosa di più che un semplice scherzo giovanile, seppure costruito in un abile gioco di contrasti tra filogenia, misoginia e gusto del paradosso. Il gioco, sempre pacato e venato di garbata ironia, è ben evidente nella dedica alle "nobilissime donne" in cui il proclama di filogenia si accompagna all'auspicio.

Commentato [FF52]: messo così

Commentato [FF53]: minuscolo

Commentato [FF54]: inserito punto

che se questa volta vi recco innanzi a leggere un Dialogo nel qual si riprende e si riforma qualche particella che in alcune di voi in vero [...] non sia in tutto da lodare [di ciò] non vi sdegnarete e non portarete collera [...] e terrete per fermo [...] ch'io l'abbia fatto a fin di bene, per riparar, s'io posso, ad alcune parti non così buone che fra molte virtù veggio indegnamente mescolarsi in alcune di voi" (Piccolomini, 1539, 28).

2. I consigli della mezzana e l'educazione al "piacere"

L'allocuzione all'uditorio femminile trova indubbiamente nel *Decameron* un precedente illustre, ma c'è anche da osservare che il riferimento alle attività manuali, quale il ricamo, come occupazione della giovane Margarita, individua un pubblico che potremmo definire "borghese", a dispetto della

rivendicata patente di nobiltà, esplicitamente richiamata dall'autore: "in questo dialogo – scrive nel proemio – si potrà conoscere apertamente la vita e i modi che si appartengono a una donna giovane, nobile e bella" (Piccolomini, 1539, 29). Raffaella, nata "nobilmente" ma ridotta in povertà, per di più gravata dal "rimordimento" per non aver saputo "pigliar quel bel tempo che avrebbe potuto", è una figura che evoca la potenza rappresentativa di un'altra mezzana, la *Celestina*, protagonista della famosa *Tragicomedia di Calisto y Melibea* di Fernando de Rojas, alla quale pur è stata accostata sia "per l'esplicita vocazione teatrale del dialogo" (Alfano, 2001, 15) e sia per alcuni elementi strutturali, quali la doppia titolazione del testo. E proprio a questa figura, alla sua logica spicciola, desunta dalla prassi, Piccolomini affida il movimento del dialogo, intessuto di suggestioni e costruito su elementi squisitamente teatrali. Certo non è da escludere che il dialogo sia stato, se non recitato, almeno letto pubblicamente nel circolo intronatico, una procedura che la pratica veglistica prevedeva tra le occupazioni principali. Nel *Dialogo de' giuochi* Bargagli ricordava infatti, tra le tante attività che animavano le veglie senesi, la pratica di scritture e letture di lettere, di monologhi d'amore, la recitazione di commedie all'improvviso (Bargagli, 1982, 216).

La provocazione in chiave di sorridente trasgressione è dunque affidata all'anziana Raffaella che, nei modi coltivati in ambiente intronatico, affini al gusto delle raffinate veglie senesi, impartisce alla giovane e inesperta Margarita – esempio conclamato di malmaritata – un ricettario minuzioso di regole, allo scopo di educarla al godimento di quei piaceri la cui astinenza forzata è presagio di sicuro "rimordimento" senile. I consigli smalzati della mezzana svariano dall'economia domestica alla cura del corpo, dalle questioni di decoro a quelle, pratiche, sulla moda e sul ben vestire ai precetti sentimentali, il tutto sostenuto da una logica spicciola, desunta dalla prassi, che infrange le più elementari norme etiche: un prontuario minuzioso di regole, modellate su prosaiche contingenze materiali, e fondate sul principio del piacere, danno vita a una sorta di fuorviante educazione sentimentale. Piccolomini annovera fra i piaceri più convenienti a una gentildonna quello di procurarsi con gran destrezza un amante e di godere "segretissimamente con esso [...] il fin de l'amor suo" (1539, 30); anche qui, nell'abbassamento parodico del tema, è evidente un'eco del grande dibattito filosofico sulla natura di amore che pure alimentò tutta un'ampia trattatistica, anche al femminile, nel corso del secolo. Nel suo accattivante conversare Raffaella fa sfoggio di una sicura perizia argomentativa che travolge e affascina l'ingenua Margarita; una tecnica suasoria intessuta di echi dotti e che evoca la ben più sperimentata arte casuistica di frà Timoteo, personaggio degradato, sicuramente altra figura chiave nel processo di abbassamento parodico messo in atto nella *Mandragola*.

Commentato [FF55]: 2 p

La catechesi impartita da Raffaella, fondata sulla simulazione, e regolata sul principio del piacere, configura un sistema di valori, sostanzialmente rovesciato rispetto a qualsivoglia norma etica: Piccolomini sostiene la legittimità del piacere, rivendicando con forza l'autonomia della donna dalla potestà coniugale, fino a prevedere come legittima la deroga clandestina e a sancire, paradossalmente, la possibilità di una pratica libera dell'amore, che assicuri la soddisfazione del piacere, ma senza intaccare vita coniugale e onorabilità sociale:

Io vi confesso bene, poiché gli uomini fuori di ogni ragione tirannicamente hanno ordinato le leggi, volendo che una medesima cosa a le donne sia vituperosissima e a loro sia onore e grandezza [...] vi confesso e dico che quando una donna pensasse di guidare un amore con poca saviezza, in maniera che n'avesse da nascere un minimo sospettuzzo, farebbe grandissimo errore, e io più che altri ne l'animo mio la biasimerei [...]. Ma se [...] donne mie, voi sarete piene di tanta prudenza e accortezza e temperanza, che voi sappiate mantenervi e godervi l'amante vostro, elletto che l'avete, fin che durano gli anni vostri così nascosamente, che né l'aria, né il cielo ne possa suspicar mai, in questo caso dico e vi giuro che non potete far cosa di maggior contento e più degna di una gentildonna che questa [...] (1539, 30-31).

La morale equivoca raccomandata dalla mezzana, l'invito a "viver allegramente e pigliarsi qualche solazzo" (Piccolomini, 1539, 39) si fonda sul rovesciamento dei valori cortigiani di ingegno e arte, di destrezza e giudizio, degradati a strumenti di dissimulazione muliebre: "quei piaceri che si hanno da pigliarsi sieno presi con tal destrezza e con tal ingegno, che non si rimanga vituperato appresso de le genti" (Piccolomini, 1539, 41).

3. Raffaella e le regole del ben vestire

Ampio spazio è riservato nel dialogo al ben vestire, rubricato nel catalogo dei piaceri. Piccolomini rifonda il codice d'onore delle virtù cortigiane, elaborando il principio del piacere come arte che esige addestramento e necessità di ingegno. Anche qui ingegno ed arte asservite a comuni esigenze pratiche, a consigli utili, di stampo domestico. Nel catalogo dei piaceri accanto a feste, conviti e "ritruovi [...] che suogliono dilettrar communemente le donne giovani", Piccolomini elenca una serie di piaceri "onesti", propri di donne giovani e gentili, quali il "vestir garbatamente, ornarsi di gioie, di acque, di profumi, usar sempre qualche bella foggia nuova, cercar d'esser tenuta bella insieme e savia, esser amata da qualche uno, udir serenate, e veder mascare e livree per amor suo" (1539, 38). Qui è appena il caso di notare che la parola *moda* non compare nel dialogo; la voce avrà piena attestazione solo

nel secolo successivo, usata, come pare, la prima volta, nell'opera *Della carrozza da nolo, ovvero del vestire, et usanze alla moda* (1648), una conversazione sul tema del ben vestire, infarcita di racconti e facezie, dell'abate milanese Agostino Lampugnani, che dilatò a dismisura l'ambito di pertinenza semantica del lemma, fino a individuare nella moda una malattia, anzi un'"infettione", forse "una pazzia o magari una dea" (Muzzarelli, 2014, 23).

Va osservato intanto che i consigli elargiti della mezzana seguono un preciso itinerario "civile", indirizzati all'universo cittadino, con un'estensione alla sfera del lavoro manuale e della mercatura. Anche qui il riferimento è a un contesto sociale urbano, sicuramente agiato – Margarita è moglie di un ricco mercante – un ambiente che già il Sansovino riteneva inadatto a coltivare la bella arte d'amare, ma in ogni caso interessato alla difesa del proprio *status*. Raffaella spiega alla giovane e inesperta Margarita il senso del vestire bene. Sappiamo che vesti e ornamenti assunsero, fin dal Basso Medioevo "una notevole e diffusa importanza sociale, economica e simbolica" (Muzzarelli, 2006, 21); le doti delle fanciulle consistevano per gran parte in vesti, e le vesti consentivano di distinguere gli appartenenti ai diversi strati sociali: "Il vestire e il modo di vestire era una componente rilevante della pratica sociale sia in città sia a corte" (Muzzarelli, 2006, 21), ma è soprattutto nelle città che il fenomeno si diffuse e con esso la necessità di distinguersi attraverso abiti e ornamenti.

Piccolomini sembra offrire in questo senso indizi preziosi; egli distingue nettamente tra il modo più acconcio di vestire di una gentildonna privata, ovvero il cui marito "non è posto in dignità e Uffici della Città" (cioè non ha incarichi pubblici) e la donna nobile, osservando che "se a una principessa, e gran signora, si apparterebbe vestire broccati finissimi e reccamar le vesti di perle, di diamanti, rubini e altre simil cose" (Piccolomini, 1539, 49-50); ciò non compete a una gentildonna la quale dovrà esercitare garbo e giudizio nella scelta di tele e drappi che dovranno essere "finissimi", e dunque convenienti al proprio stato, contro il "vestirsi di panni grossi", dei ceti più umili. L'attenzione all'abito come sistema di segni, poi confermata nella *Institutione*, trova ampio spazio nel dialogo dove Piccolomini mostra di aver ben intuito l'enorme potenziale espressivo contenuto nell'abito, e cioè nel modo di abbigliarsi, di presentarsi agli altri, in quel gioco perenne di contrattazione, per dirla con Simmel, attraverso cui l'individuo, maschio o femmina che sia, si mostra agli altri, costruendo sul palcoscenico della vita, la propria identità. Una simile sensibilità, con intuizioni, oserei dire, quasi di tipo socio-antropologico, si riscontra molti anni dopo nel trattato di Cesare Vecellio sugli *Habiti antichi e moderni di diverse parti del mondo* (1590), un'opera monumentale, che disegna attraverso la moda una geografia della diversità culturale, e che Eugenia Paulicelli ha ritenuto esemplare per il suo approccio enciclopedico, e per la sua capacità di coniugare al meglio moda e identità sociale (2006, 129).

Piccolomini percepisce la ventata di novità che aveva investito in quegli anni l'intero Occidente, quella passione per le cose nuove, che fin dagli albori del Rinascimento cominciò a dilagare ad ogni livello, definendo il passaggio al "moderno". Sappiamo che proprio a partire dal Cinquecento, grazie alla rivoluzione introdotta dalla stampa

il convergere dell'interesse della trattatistica sul comportamento prima e dopo il Concilio di Trento, con un'attenzione spiccata al vestire e all'apparire, definendone i caratteri territoriali e nazionali, conferma l'aspetto istituzionalizzante e quindi di grande potere normativo della moda" (Paulicelli, 2006, 133),

un fenomeno ormai sempre più in grado di "influenzare il comportamento pubblico e privato, gli stili di vita, le scelte nei consumi" (Paulicelli, 2006, 132). E proprio nel Cinquecento "il cambiamento dei comportamenti individuali, il perenne inseguimento di nuove fogge, il valore riconosciuto alle novità, il gusto per l'originalità", in sostanza l'agire e il vestire alla moda, trovarono nella moda stessa la loro ragione, conformando gusto individuale e comportamenti sociali.

In questo caso i consigli elargiti dalla mezzana, infarciti di esempi attinti dalla cronaca locale, e spesso sviliti in volgare pettegolezzo, delineano un universo sociale in cui il gusto crescente per il ben vestire si configura come un tratto distintivo del comportamento, e in una prospettiva in cui garbo e giudizio, ridotti a livello di destrezza, diventano essi stessi misura regolativa del gusto.

4. Il piacere della moda e gli elementi del codice

Piccolomini oltre a tradurre in materia bassa virtù e codici di comportamenti cortesi, applica all'architettura dialogica i principi costruttivi di quelle qualità di garbo e destrezza attribuiti ai giocatori negli svaghi accademici delle veglie senesi. E garbo e destrezza consigliano che le vesti siano ampie e doviziose "non però tanto che la persona ne rimanga troppo scomodata", e qui accogliendo quella tendenza a snellire e a semplificare introdotta dalle nuove voghe, indice di sobrietà e buon gusto, contro lo scomodo di abiti ampi, dai lunghi strascichi, che rendevano estremamente goffi e impacciati i movimenti:

[...] non si vede mai peggio, che quando noi vediam alcune de le nostre gentildonne che vanno per Siena con certe vestarelle, che non vi è dentro sedeci brazza di drappo, con le loro sberniette [...] e aggirandosene una parte al collo, e tenendone un lembo in mano, col quale si copron mezzo il viso, e' van facendo le mascare per la strada; e con l'altra mano alzandosi la veste di dietro, accioché non si logori toccando terra,

vanno per la strada con una certa furia, con un tric trac di pianelle, che par ch'elle abbino il diavolo fra le gambe (Piccolomini, 1539, 48).

Ancora garbo e destrezza richiedono che le vesti “sieno piene di liste, tagli, tagliuzzi, recami e altre simili cose”, ma “alcun'altra volta sieno tutte pure”, perché “questa varietà di vestire mostra gran sontuosità e ha molto del buono” (Piccolomini, 1539, 49). Piccolomini si muove nell'universo della moda con disinvoltura, mostrando di conoscere perfettamente gli elementi del codice. Maria Giuseppina Muzzarelli che ha lavorato molto sulle categorie di nuovo, moderno e moda tra Medioevo e Rinascimento ci informa che “le righe ottenute giustapponendo strisce di diversi colori, sia negli abiti e sia nelle calze, o applicando sul tessuto di un unico colore, strisce di spighetta, passamaneria o nastro, con effetti di rigatura” (2014, 112-113) erano molto apprezzate nel Rinascimento, in quanto segno di distinzione sociale, così come il vestir broccati finissimi e “reccamar” le vesti di perle, diamanti e oro era esclusivo appannaggio dei ceti aristocratici.

Piccolomini si mostra ben attento a tutti quegli elementi legati alla cura del corpo e della persona, censurati come eccessi dai legislatori e deprecati dai predicatori, osservando ancora che “sopra tutto si conosce la ricchezza del vestire [...] in aver sempre vesti fresche, non portare mai una medesima, non vo' dir molte settimane, ma almanco molti mesi”. Ma “bruttissima cosa” è quando altri si accorga “di chi di una veste ne abbia fatto un'altra, o tignendola o rivoltandola”. È tuttavia necessario che il “vestir riccamente” non sia scompagnato dal garbo, ossia dalla perizia nella scelta dei colori, dal “comodo della persona” (conveniente all'armonia dei movimenti) e soprattutto dalla “portatura”, dalla capacità cioè di vestire in maniera disinvolta e senza affettazione:

Dico che molto ha da guardarsi una giovine di non vestir di molti colori, e massime di quei che non convengano insieme, com'è il verde col giallo, e 'l rosso con lo sbiadato, e simili altre mescolanze di bandiera, perché questa mistura di colori è sgarbatissima [...]. Le imprese si fanno di due colori, o tre al più, né l'un de' quali ha da essere il corpo di tutta la veste; gli altri consistano in filetti, o in nastri, o cordelle, o frange, o tagliuzzi, o simili (Piccolomini, 1539, 51-52).

Piccolomini mette poi in guardia dagli accostamenti di colore, tanto in voga tra Trecento e Quattrocento, consigliando di usare due o al massimo tre colori per “nastri, filettature, o cordelle”, e raccomandando che il corpo della veste sia di un'unica tinta “accomodata”, adatta cioè al colorito di chi l'indossa:

Poniamo caso che una abbi le carni pallide e vive: si guardi da' colori aperti, salvo che dal bianco, come sono verdi, gialli, cangianti, aperti e simili; quelle che hanno le carni smorte vestino quasi sempre di negro; quelle che hanno un certo vivo rosggiante nel viso, che le fa parere sempre briache, vestino leonato scuro e bigio. Il

Commentato [FF56]: Corretto?

rosso è colore “generalmente pestilentissimo, e a nissuna carnagione s’acconviene” (Piccolomini, 1539, 52).

Quanto al “commodo” della persona “una giovane ha da por cura che quelle fogge che piglia sien tali, che le parti de la persona sua, le quali ella ha belle, diventino nobilissime, e quelle che sono brutte rimanghino manco brutte che sia possibile [...]. Bisogna riparare a’ difetti de la natura più che si può, con bambagie o camorrette, e con statura o tagli, e simil’altre avvertenze” (Piccolomini, 1539, 53). L’accento sulla necessità di riparare ai difetti della natura, espressione dell’eterno dissidio tra natura e artificio, contiene quell’invito alla naturalezza simulata, attraverso cui Piccolomini ritrascrive nei modi suoi propri l’ideale rinascimentale della bellezza che incanta e avvince, sia essa effetto di natura, opera di magia, o frutto di studiato artificio. E ben a ragione Eugenia Paulicelli ha osservato a questo proposito che se il corpo, la bellezza e l’apparire si presentano come elementi manipolabili e regolabili fin dal *Cortegiano*, è anche vero che in una società in trasformazione proprio il corpo, la bellezza e l’apparire raccontano percorsi identitari diversi, che dal misurato equilibrio del *Cortegiano* arrivano alla ricerca di misteriose alchimie nei trattati medici, o nei ricettari di bellezza, fino alla celebrazione della *magia naturalis*, della magia, cioè, capace di assecondare l’opera stessa della natura, nel trattato di Della Porta (Paulicelli, 2006, 137).

Interessante ancora la competenza con cui Raffaella elargisce le sue ricette, mostrando un sicuro possesso del lessico tecnico (*camorra*, *sberniette*, *damaschino*, *cordelle*, *manichette*, *centolo*); della stessa competenza dà prova nella cura minuziosa con cui descrive composizione di acque profumate, impiastri e belletti, combinando prescrizioni di farmacopea cosmetica e regole del “viver civile”. Ma proprio su questi temi Piccolomini sembra allontanarsi da qualsivoglia intento parodico, vista l’affinità tra talune bizzarre preparazioni cosmetiche, illustrate da Raffaella, e i rimedi contemplati nei tanti ricettari diffusi tra la fine del Quattrocento e primi decenni del secolo successivo: dal ricettario de La Valva, edito alla fine del Quattrocento, agli *Esperimenti* di bellezza di Caterina Sforza, Signora di Forlì, vissuta nella seconda metà del secolo, ai *Secreti* di Isabella Cortese del 1561.

Il gusto del gioco malizioso e piacevole che anima gli aristocratici ritrovi senesi, testimoniati da un’ampia trattatistica, è, a ben vedere, il vero motore di questo dialogo, frutto, com’è stato detto, di un sofisticato esercizio di stile, ma ispirato anche dall’intento di rivitalizzare gli indirizzi ormai cristallizzati del genere (Baldi, 1993, 668). Piccolomini utilizza la forma della conversazione accademica per operare un puntuale rovesciamento dei codici di comportamento cortesi, fino a spostare nel gioco parodico il tema del ben vestire, ma ben in linea con i dettami emergenti del “nuovo” che andava prefigurando, sul fronte della moda, i nuovi orizzonti del moderno.

Riferimenti bibliografici

- Alfano G. (2001), *Introduzione*, in A. Piccolomini, *La Raffaella ovvero dialogo della bella creanza delle donne*, Salerno, Roma.
- Baldi A. (1991), *La "Raffaella" di Alessandro Piccolomini: il trattato volto in gioco*, in *Passare il tempo. La letteratura del gioco e dell'intrattenimento dal XII al XVI secolo*, Atti del Convegno di Pienza, 10-14 settembre, Salerno, Roma, 1993.
- Bargagli G. (1982), *Dialogo de' giuochi che nelle vegghie senesi si usano di fare (1572)*, a cura di P. D'Incalci Ermini, Accademia Senese degli Intronati, Siena.
- Castiglione B. (1981), *Il libro del cortegiano*, introduzione di A. Quondam, note di N. Longo, Garzanti, Milano.
- Cortese I. (1561), *I segreti de la signora Isabella Cortese ne' quali si contengono cose minerali, medicinali, arteficiose, e alchemiche, e molte de l'arte profumatoria, appartenenti a ogni gran signora*, Bariletto, Venezia.
- De Rojas F. (1499 ca.), *Comedia o tragicomedia de Calisto y Melibea*, P.E. Russel, Castalia, Madrid, 1991.
- Lampugnani A. (1649), *Della carrozza da nolo, ovvero Del vestire, et usanze alla moda*, Lodovico Monza, Milano.
- La Valva M.P. (1968), *Cosmetica in ottave volgari del tardo Quattrocento*, "Studi di filologia italiana", XXVI, 311-382.
- Piccolomini A. (1536), *L'amor costante*, in N. Borsellino, a cura di, *Commedie del Cinquecento*, Feltrinelli, Milano, 1962.
- Piccolomini A. (1539), *La Raffaella ovvero Dialogo della bella creanza delle donne*, a cura di G. Alfano, Salerno, Roma, 2001.
- Piccolomini A. (1543), *De la Instituzione di tutta la vita de l'huomo nato nobile e in città libera, Libri X in lingua toscana*, Scotum, Venezia.
- Piccolomini A. (1544), *L'Alessandro*, a cura di F. Cerreta, Accademia senese degli Intronati, Siena, 1966.
- Piccolomini A. (1545), *Orazione in lode delle donne*, in Agrippa H.C., *Della nobiltà et eccellenza delle donne, dalla lingua francese nella italiana tradotto. Con una oratione di M. Alessandro Piccolomini in lode delle medesime*, Giolito, Venezia.
- Muzzarelli G.M. (2014), *Breve storia della moda in Italia*, Il Mulino, Bologna.
- Muzzarelli G.M. (2006), *Nuovo, moderno e moda tra Medioevo e Rinascimento*, in Paulicelli E., a cura di, *Moda e moderno*, Meltemi, Roma.
- Paulicelli E., *Geografia del vestire tra vecchio e nuovo mondo nel libro di costumi di Cesare Vecellio*, in Paulicelli E., a cura di, *Moda e moderno*, Meltemi, Roma.
- Sansovino F. (1967), *Ragionamento nel quale brevemente s'insegna a' giovani la bella arte d'amore*, in *Trattati d'amore del Cinquecento*, a cura di G. Zonta, rist. anastatica a cura di M. Pozzi, Laterza, Bari.
- Sforza C. (1525), *Esperimenti de la Ex.ma S.ra Caterina da Furlj de lo inluxmo Signor Giovani de Medici*, a cura di P.A. Rossi, Castel Negrino, Aicurzio, 2018.
- Simmel G. (1985), *La moda*, Editori Riuniti, Roma.
- Vecellio C. (1590), *De gli habit antichi e moderni di diverse parti del Mondo*, Zanaro, Venezia.

2. Parole della moda nella letteratura dialettale di area campana tra Cinquecento e Seicento

di Rosa Troiano e Paola Nigro*

Abstract

With the expansion of the luxury and fashion textile sectors and the affirmation of new techniques in the production of artefacts, an expansion of the relative technical-specialist vocabulary occurs between the Sixteenth and Seventeenth centuries. The survey conducted on some literary texts of the Neapolitan tradition has brought out a large number of items of particular interest from the historical-linguistic point of view, as the word *cartiglia* calling an old trina to needle for shirts.

1. La parola “moda” negli usi linguistici del secolo XVII: *Della carrozza da nolo, ovvero del vestire e usanze alla moda del Lampugnani*

L'intervento presenta alcuni dati della storia della moda in Italia e in Europa tra Cinquecento e Seicento, secoli nei quali si registrò un notevole incremento delle arti tessili femminili, nonché si verificò un ampliamento del relativo vocabolario tecnico-specialistico (Troiano, 2015a,b).

Strumento di distinzione delle classi sociali più elevate, indice e “marcatore” economico e culturale, la moda (Simmel, 1996, 16), sistema aperto in quanto soggetto alla diffusione e al cambiamento diacronico, si esprime con un codice di segni autonomo, dotato di proprie regole, sì da permettere una lettura di abiti, accessori ed elementi decorativi come enunciati e testi analizzabili anche a livello linguistico, morfologico e strutturale (Levi-Pisetsky, 1976, 950-951; Barthes, 1967).

* Pur essendo il contributo frutto di comune ideazione da parte delle Autrici, ai fini dell'attribuzione si precisa che Paola Nigro ha curato i paragrafi 1 e 2, e Rosa Troiano il paragrafo 3 e 4.

Coacervo piuttosto intricato di simboli espressi dal codice dell'abbigliamento, che a sua volta è un sistema multidimensionale dalla forte valenza comunicativa, il linguaggio della moda, eterogeneo e settoriale, è legato a dinamiche di appartenenza politica, religiosa, di genere e di *status* sociale (Catricalà, 2007, 65-67).

Conoscere le parole della moda facilita, pertanto, il districarsi nel groviglio degli elementi psicologici e linguistici di quello che è un fenomeno produttivo, creativo e commerciale, ma allo stesso tempo un'imponente "forma sociale di condivisione estetica" (Muzzarelli, 2011).

Recenti studi di carattere storico datano al XIII secolo la possibile origine della moda in Italia, facendo anche riferimento alle leggi suntuarie predisposte nel Medioevo con l'obiettivo di limitare il lusso e le spese dell'abbigliamento quando, a seguito delle modificazioni politiche che avevano interessato le realtà comunali italiane, anche le attività che ruotavano attorno alla produzione artigianale di tessuti subirono profondi mutamenti. La parola "moda" sarebbe, invece, entrata negli usi linguistici correnti a partire dalla metà del Seicento, anche se si può parlare già in età medievale di moda, se per moda si intende la volontà di esibizione di oggetti concepiti per indurre all'acquisto e per manifestare gusto, privilegio sociale e ricchezza (Muzzarelli, 2011, 18-20).

Fenomeno definito genericamente dal pittore Cesare Vecellio "la cosa degli abiti" (1598), la voce "moda" nel *Dizionario etimologico italiano* di Battisti-Alessio è riportata con significato di "modo, uso, foggia, gusto, in particolare nel vestire" e nel *Dizionario etimologico della lingua italiana* di Cortelazzo-Zolli come derivazione dal vocabolo francese *mode* (Panicali, 2005), che è del 1549, e dalla locuzione *à la mode* del 1393; più anticamente dal latino *modūm*, sempre con riferimento a "foggia, misura, maniera". Si tratterebbe di un "francesismo" adattato che testimonia l'influsso del francese sull'italiano tra Seicento e Settecento (1650-1715) come forma di arricchimento della lingua. Di origine francese sono anche alcuni derivati come *modiste* (in francese "amante delle mode", attestato nel 1661), da cui "modista", riferito ad "uomo o donna che cuce o vende cose da vestire secondo la moda" (Cortelazzo-Zolli, 1979, 766).

Dalle fonti consultate e nello specifico dalle note 148-149 dell'articolo di Andrea Dardi pubblicato sulla rivista *Lingua nostra* (1981, 21-22), si è rilevato che il lemma *moda* (Levi Pisetsky, 1976, 951), insieme ai derivati "modale e modante", nel significato di "chi segue ciecamente la moda" e "modata, modesco, modezzare, modanti e modeggiare" (Frugoni, 1687, 387), sarebbe stato usato per la prima volta in Italia e, piuttosto frequentemente, nell'operetta satirica *Della carrozza da nolo, ovvero del vestire e usanze alla moda*, pubblicata nel 1648 dall'abate milanese Giovanni Sonta Pagnalmino, frate benedettino del convento di S. Simpliciano a Milano, conosciuto con lo

pseudonimo di padre Agostino Lampugnani. La sua opera, suddivisa in forma di racconti, offre un punto di vista piuttosto moderno dell'incidenza della moda e del progresso scientifico del tempo nei cambiamenti del gusto umano.

Apparso nei titoli e nei testi di molti autori a indicare quella sorta di "frenesia che porta ad adeguarsi agli ultimi usi del gusto" (Colombo, 2000a, 349-373; Colombo, 2010b), le attestazioni della parola *moda*, che viene spesso accostata a quella dei suoi seguaci, i "modanti", sono numerosissime, e oltre a quelle verificate nell'operetta del Lampugnani, il termine "moda" è frequente anche nel *Delle frascherie, fasci tre* di Antonio Abati, poeta di corte dell'imperatore Leopoldo I a Vienna, edito a Venezia nel 1651, nel quale vengono attaccati i costumi e le tendenze letterarie del tempo, oltre che in Francesco Redi, nel 1675, e nel *Malmantile* di Lorenzo Lippi, nel 1676.

2. "Camicia" e "gorgiera" nella storia della moda nei secoli XVI-XVII

Profondi cambiamenti si verificano nella moda e nell'abbigliamento già a partire dal Medioevo allorché l'abito inizia ad essere considerato come una struttura, ovvero come una "studiata combinazione di tessuti" che stanno "sopra e sotto". Cuciti addosso in una visione dinamica del vestiario come preludio al desiderio di "differenziarsi", i vestiti si fanno più adatti al fisico e sessualmente distinti, mentre la passione per le cose nuove irrompe tra le donne affascinate dalle novità dell'abbigliamento e dagli oggetti "alla moda", per assestarsi come "moderna qualità" nel passaggio tra Quattrocento e Cinquecento e come vera e propria "ossessione" e nuova forma di potere con proprie leggi e propri riti, nel Seicento.

Tra questi elementi materiali spicca la "camicia", capo base dell'abbigliamento sia maschile che femminile, che nella sua forma più semplice e primitiva è costituita da due teli di tessuto rettangolari cuciti tra loro lateralmente e sulle spalle, e che nasce storicamente priva di maniche e colletto con funzioni di sottoveste.

Legata a dinamiche di pulizia e di igiene, soprattutto in relazione all'uso del colore bianco, la camicia diventa nel Cinquecento un oggetto di biancheria, prezioso e piuttosto raro, come testimoniato anche dagli inventari dell'epoca; segno visibile dell'abbigliamento, elemento fondamentale per tracciare l'evoluzione del "gioco sociale" delle apparenze svelate e nascoste, soprattutto in considerazione dei significati pedagogici del "nudo" e del "vestito", del "pulito" e dello "sporco" (Roche, 1991, 154-171). Posta in una posizione di confine tra ciò che si mostra in pubblico e ciò che si indossa e si mostra in privato, la camicia viene a coincidere con i rivestimenti che coprono la pelle e con la pulizia dei capi indossati; cambiare biancheria significa anche "pulire la

pelle”, dal momento che la biancheria sostituisce l’effetto dell’acqua sul corpo (Vigarello, 1985, 58 ss.).

Con l’evoluzione, dunque, del costume e della moda si verranno con il tempo ad imporre linee vestimentarie più funzionali, indirizzate verso tessuti e capi di abbigliamento e biancheria dotati di elementi decorativi facilmente lavabili. A sottolineare le differenze di appartenenza sociale saranno poi le lavorazioni e i tessuti impiegati nel Cinquecento per la confezione di colli dalle mutevoli forme: piccoli e piatti all’*italienne*, a “lattuga” ovvero a “gorgiera”.

Diffusasi in tutti i ceti sociali, la camicia acquista maggiore visibilità sia nella ricchezza del tessuto che negli ornamenti, fuoriuscendo in più punti dell’abito sia maschile che femminile e diventando anche oggetto dei “ritratti alla moda” dei maggiori artisti dell’epoca. In relazione alla differenziazione di genere tra le camicie per l’uomo e quelle per la donna, si verifica anche un mutamento nelle fogge degli abiti nel corso dei secoli: la camicia femminile resta visibile dalla veste in alcuni punti che fanno moda, fuoriuscendo dallo scollo e lungo il taglio verticale dell’abito attraverso le “finestrelle” delle maniche a sbuffo. Sicuramente più preziose e più ricercate già dal Quattrocento, nei secoli successivi le camicie femminili vengono confezionate in casa con tessuti di lino, i cosiddetti “pannilini”, in tela sottile e trasparente e spesso ornate di ricami in fili d’oro, d’argento e di seta.

Avviene pertanto sul finire del Cinquecento che la moda segua uno schema quasi astratto e che la donna si trovi irrigidita in vesti chiuse e un po’ scampagnate, nelle quali la testa regge una pettinatura conica e il collo viene imprigionato nel cerchio della gorgiera inamidata; anche l’uomo è stretto in un giubbotto imbottito con collo a gorgiera. Basti pensare ai ritratti dell’arciduchessa d’Austria Isabella Clara Eugenia di Spagna e dell’arciduca Alberto d’Austria nella pittura fiamminga di Frans Pourbus il Giovane (figg. 1 e 2).

La “gorgiera” è nella fattispecie un colletto pieghettato, insaldato con l’amido e realizzato con varie metrature di mussola, trina o finissimo lino pieghettato, a volte sostenuto da un filo di ferro, che viene portato in Italia nel 1530 all’epoca della dominazione spagnola di Carlo V, diventando il vero simbolo dell’opulenza e del potere. Collegata alla moda degli abiti molto accollati diffusasi nel Cinquecento, la gorgiera (dal francese *gorge*, gola) costringe la figura ad una postura rigida e bloccata, necessitando pertanto di molta manutenzione e inamidatura. Si tratta di un colletto piuttosto scomodo; la testa viene bloccata da un grande piatto di lino che irrigidisce ogni movimento ed è tenuto in forma e rialzato da cannuce nascoste secondo una moda iniziata da Caterina de’ Medici. La gorgiera aumenta con il tempo notevolmente di misura fino ad arrivare a “ruote” monumentali da sfoggiare in parate o in ritratti ufficiali, realizzate dalle cure di una nuova e specializzata categoria di donne lavoranti: le stiratrici-inamidatrici e le merlettaie.

La specializzazione delle donne nel settore dei merletti, fiorente soprattutto in area veneziana, è all'origine di un fenomeno editoriale di grande rilevanza, ovvero la diffusione dei libri di modelli di ricamo e merletti, realizzati per guidare le donne nei lavori ad ago e a fuselli. Per citarne soltanto alcuni si ricordano: il primo libro italiano di modelli, l'*Essempio di recammi* del 1527, a firma di Giovanni Antonio Tagliente, calligrafo impiegato presso la cancelleria veneziana che raccolse i disegni apparsi nei modellari tedeschi, inserendo nuove figurazioni in stile moresco-islamico con il fine di insegnare alle donne a cucire, a ricamare e a disegnare; il *Libretto novellamente composto* di Domenico Da Sera, detto il Franciosino, comparso a Lione nel 1532 e *Le pompe* (Venezia: Editori Sessa, 1558).

Considerando che se da una parte nel Quattrocento l'arte del ricamo era saldamente in mano a "ricamatori maschi" che lavoravano con l'ago per lo più stoffe pregiate con fili di seta, d'oro e a colori vivaci, nondimeno le donne si dedicavano a disegni per "ricami in filo bianco", atti a realizzare, come si evince proprio dai frontespizi dei libri di ricamo: "colari di camisiola". Nei secoli successivi gli uomini continuarono ad impreziosire abiti, scarpe, borse e altri oggetti, lasciando che il loro mestiere fosse ancorato ai tessuti, le donne si rivolsero alla lavorazione dei merletti, realizzando "ornamenti de camise", proprio perché la camicia si prestava a costituire un elemento della moda su cui poter giocare tra Cinquecento e Seicento (Plebani, 2015, 210-215).

Mutato l'abbigliamento delle donne, che venivano raffigurate a figura spezzata e non più intera, il biancore della camicia contribuiva a caratterizzare la "parte di sopra" del corpo, necessitando di elementi distintivi come ricami e merletti, che a differenza dei lavori ad ago realizzati dagli uomini in oro, argento, perle e fili colorati, potevano facilmente essere sostituiti e scambiati, aggiunti ed eliminati a seconda dell'occorrenza.

Le lavorazioni in merletto venivano strutturate in strisce di notevole lunghezza composte da decine di metri (Davanzo Poli, 2011, 20) dalle quali era possibile ricavare bordure di camicie, oltre ad altri accessori quali i polsini evidenziati dal taglio delle maniche, ma anche fazzoletti, guanti, ventagli, veli, cuffie, reti che venivano portate sulle acconciature, e anche biancheria da casa e da letto: tovaglie e tessuti ricamati.

3. Lessico dei merletti nei testi letterari dialettali di area campana

Con l'affermazione di nuove tecniche nella produzione dei manufatti decorativi per capi di moda, quali la camicia e la gorgiera, si verifica tra Cinquecento e Seicento anche un arricchimento del vocabolario tecnico-specia-

Commentato [FF57]: ?

listico relativo alle attività del ricamo e dei merletti. Una testimonianza significativa della ricchezza e della varietà di questo lessico è contenuta in alcuni testi letterari di area campana, che si collocano proprio tra l'età del manierismo e quella barocca. Lo spoglio lessicale fa emergere un certo numero di voci, riguardanti forme e manufatti, le quali appartengono alla lingua dei laboratori domestici, delle botteghe artigianali, e delle scuole di arti femminili tenute dalle suore nei conventi. Da questi ambiti, parole ed espressioni di un vocabolario tecnico sono passate nella lingua dei testi letterari, s'intende, di quegli autori che, o attraverso l'uso integrale del dialetto, o attraverso il ricorso a un registro medio della lingua, dove trovano accoglienza molte forme dialettali, si sottraggono alle tendenze della norma linguistica classicistica che limita la presenza dei tecnicismi nelle opere letterarie.

Non è un caso che largamente rappresentative in questi testi risultino proprio le voci che appartengono alla storia del ricamo e dei merletti. Le nuove esigenze della moda e del costume, nell'ambito dell'abbigliamento e della biancheria di cotone e di lino, impongono in questi secoli lavorazioni leggere, raffinate e preziose. Il biancore dei capi può risaltare dalle applicazioni di trine ricamate, la cui produzione si moltiplica coinvolgendo una manodopera femminile che si specializza nelle attività del ricamo "bianco su bianco" e nelle lavorazioni dei merletti ad ago e a fuselli. Le voci appartenenti a questi settori artigianali affiorano dal tessuto lessicale delle opere letterarie, riprodotte con lo stilema barocco dell'accumulo lessicale, come, ad esempio, in un'opera databile verso gli ultimi anni del Cinquecento, la *Farza della maestra* dello scrittore salernitano Vincenzo Braca, ambientata in una scuola-bottega popolare femminile, di avviamento ai mestieri del cucito e del ricamo:

[...] e de i lavuri
tu n'avivi proprio 'i sciuri da 'e mano,
come a dicere punto chiano, denariello,
'a guardia, punto cairiello, sarcenella,
punto 'n airo, retecella, e facea 'n muolo
pizzo 'e papara, punto spagniuolo co 'a spichetta,
'a cartiglia 'a facea perfetta, 'o cordonciello,
'o crepacore, 'o sfilatiello, punto reiale,
ch'era cosa principale, 'o medio punto,
e te facea appunto pede 'e mosca,
e mo pare che non canosca e che stea 'ntota.
(Mango, 1973, I, 184).

Ci si limita qui a segnalare solo qualcuno di questi lessemi, che può servire a ricostruire un segmento di storia di quei mestieri d'arte, diffusi in

Campania, e non solo, che hanno richiesto alle donne tanta pazienza e abilità manuale.

4. Il punto a reticello e la cartiglia

Una tra le voci che ha maggiori occorrenze nella farsa di Braca è la monorematica *retecella*, “reticella”. Il significato di base del termine rinvia a un largo reticolato su cui prendevano forma i motivi come ornamenti di vario genere, dai fogliami alle figure di animali o di minuscoli personaggi. La voce è menzionata già negli inventari del Quattrocento come decoro di camicie femminili: *camisia muliebris [...] ad riticellas*, così si trova trascritto in un documento riprodotto da Riccardo Bevere (1897, 312) per una sua ricerca su vestimenti e gioielli in uso nelle province napoletane, dal Medioevo al Cinquecento. Negli studi sulla storia del ricamo in Italia la forma di voce generalmente si ritrova flessa al maschile: ripresa in una tipica polirematica di ambito settoriale, “punto a reticello”, essa viene attribuita più specificamente a una categoria di trine ad ago su stoffa, utilizzata come ornamento per gorgiere e camicie (fig. 3), oltre che per capi di biancheria da letto. Da questa forma di trina ricamata, detta *punto a reticello*, si svilupperà la tecnica del merletto ad ago, un merletto che si ottiene esclusivamente con ago e filo, senza appoggio di stoffa, che prende il nome di “punto in aria” (vd. sopra, *punto 'n airo*). La tecnica del “punto in aria”, particolarmente complicata e raffinata nel tessere forme evolute di trine che sembrano campeggiare nell’aria, è ritenuta di origine veneziana (Davanzo Poli, 1995, 986); da Venezia si diffonde in Italia, e sarà conosciuta e praticata quasi certamente anche a Napoli e a Salerno, anche se non esistono studi di settore che ci attestino con dati reali e concreti tale diffusione. Tuttavia risultano importanti le testimonianze letterarie ricavabili sia dai versi della farsa di Vincenzo Braca, sia dal testo di una celebre fiaba della raccolta *Lo cunto de li cunti* di Giovan Battista Basile, *La gatta cenerentola* (I. 6), nel cui esordio si ritrova ancora un elenco di nomi di “punti”:

Saperrite donca che era na vota no prencepe vidolo, lo quale aveva na figliola accossi cara che no vedeva ped autro uocchio, a la quale teneva na maestra principale, che la 'nmezzava (le insegnava a fare) le catenelle, lo punto 'n aiero, li sfilatielle e l’afreco perciato (2013, 122).

Per la loro raffinatezza e preziosità, il punto “a reticello” e il punto “in aria” si rivelarono particolarmente adatti alle produzioni di lusso che caratterizzarono la moda del tempo, come ci documentano i ritratti dei grandi

Commentato [FF58]: ?

artisti: essi guarnivano le camicie, i polsi e i fazzoletti portati in mano, nonché le eleganti gorgiere o collari a lattuga. Per l'espressione "collare a lattuga" spicca nel dialetto di Basile la variante *collare a lattochiglia*, accolta negli usi linguistici del tempo, dove si era radicata strutturandosi sul corrispondente termine spagnolo *lechuguilla* (Beccaria, 1985, 102).

Allo stesso ambito tecnico-lessicale delle trine ad ago può essere assegnata una voce particolarmente interessante, quanto poco nota, *cartiglia*, di cui si possono rinvenire diverse e significative presenze nei testi napoletani tra Cinquecento e Seicento, oltre che nella farsa di Vincenzo Braca. Tali attestazioni ci inducono ad ipotizzare che la *cartiglia* fosse un tempo una forma di lavoro particolarmente fine e pregiata: infatti, come lavoro di grande *sfuorge*, ovvero di pompa, di ostentazione di ricchezza e di lusso, nell'ambito dell'abbigliamento e della biancheria, la *cartiglia* è celebrata sia nel *Cunto de li cunti* di Gian Battista Basile, nella fiaba *Lo cuorvo* (IV. 9): "e io te 'mprometto de farete vedere sfuorge da pazziare (sfoggi da impazzire): che cannacche e scioccaglie [cioè, che gioielli!...], che lavure de cartiglia! 'nsomma voglio farete strasecolare (trasecolare)" (2013, 804), sia nella *Possilecheata* di Pompeo Sarnelli, in un passo della prima fiaba della raccolta di racconti, che è del 1684. Sfruttando una funzione specifica del linguaggio della moda, per cui la ricchezza del guardaroba e il gioco delle apparenze si misurava un tempo dalla quantità e dalla qualità degli esemplari di un capo, lo scrittore dialettale si sbizzarrisce nell'enumerare una varietà "meravigliosa" di ornamenti per camicie: "cammise [...] lavorate co cartiglie, cosute a retopunte, co la doja e la tre, co sfilatielle, co pezzille fatte a la rocca, a dente de cane ed a granfe de gatta, e porzi arragamate de seta e d'oro" (Sarnelli, 1986, 46-47). A dei "bei cartigli" aveva fatto già riferimento un altro scrittore napoletano, Gioan Battista Del Tufo, nella sua descrizione della città di Napoli del 1588 (*Ritratto o modello delle grandezze, delizie e meraviglie della nobilissima città di Napoli*), celebrandoli come esempi eccellenti di lavori ad ago eseguiti con grande perizia dalle donne napoletane: "Né vi porò nel conto / quel ponto stellatello o 'l retoponto, / ma quel che con lor sagi alti consigli / giungono ai catinigli / ed a quei bei cartigli / con bianca man polita" (2007, 190).

Alcuni dati importanti ci aiutano a capire a quale forma di trina, così decantata, fa riferimento la voce *cartiglia* nei testi considerati. Il primo si ricava dagli studi sulla storia dei merletti in Italia di Elisa Ricci: nel suo noto lavoro, del primo decennio del Novecento, *Antiche trine italiane. Trine ad ago*, la studiosa, nel trattare del *punto a reticello*, da cui si è poi sviluppata la tecnica del merletto ad ago, detto *punto in aria*, riporta una sua testimonianza sulla sopravvivenza della particolare forma di ricamo nelle province napoletane "Queste trine *a reticello* con poche e lievi varianti, da Venezia si

Commentato [FF59]: ?

diffusero nel Cinquecento in tutta Italia. Nelle provincie napoletane, dove presero nome di *Cartiglia*, e nelle Marche ne trovammo di esemplari mirabili” (Ricci, 2007, 115).

Il volume, però, non riproduce tavole che documentino iconograficamente qualche esemplare campano di “reticello”, al quale la studiosa assegna come variante napoletana la parola “cartiglia”; tuttavia oggi si possono trovare esposte al Museo del Tessile e dell’Abbigliamento “Elena Aldobrandini” della Fondazione Mondragone di Napoli alcune pregiate manifatture napoletane, della fine dell’Ottocento e dell’inizio del Novecento, classificate semplicemente come merletti ad ago. Le manifatture riproducono un disegno dell’antico “reticello”, come si può notare confrontando il tramezzo per tovaglie conservato presso il Museo (fig. 4), con il tramezzo tratto dal volume di Elisa Ricci (fig. 5), il quale costituisce invece una splendida testimonianza di ornamenti antichi per camicie, in “punto reticello”, “punto riccio” e “punto reale”. I motivi geometrici sono più o meno gli stessi, come i punti di ricamo per realizzarli: infatti, per il “reticello” sono riconoscibili il “punto a smerlo”, detto anche “festone”, il “cordoncino” e il “punto stuoia”.

Da alcune ricerche condotte in area vesuviana risulta che questa antica tecnica di trine ad ago, utilizzata un tempo come decoro per camicie, è stata conosciuta e conservata gelosamente, fino agli anni Settanta-Ottanta del secolo scorso, dalle ricamatrici di Somma Vesuviana, che hanno continuato a realizzarla come trina ricamata su stoffa, la cui forma però ha qualità e dimensione più modeste rispetto alla sontuosa e minuziosa raffinatezza dei lavori “a reticello” documentati per i secoli passati. Il manufatto decorativo, presente in area vesuviana, ha conservato nel lessico locale la denominazione antica di “cartiglia”, riconosciuta dalle ricamatrici come parola che contrassegna un antico ricamo di Somma Vesuviana, il “ricamo a cartiglia”, oppure, nel dialetto locale più stretto, anche *cartiglielle* (così viene catalogato in D’Arbitrio, 1984). La *cartiglia*, realizzata a Somma Vesuviana (fig. 6) su lenzuola e federe di tela di lino bianco, copriletti, tende, riprende un motivo tipico delle antiche trine ad ago ed è lavorata con un “punto a smerlo”, fitto e regolare, e con il “punto cordoncino” per creare i vuoti; il cosiddetto “punto ago” serve a creare i pieni del caratteristico motivo decorativo. Il reticolato a barrette tiene collegato il motivo alla tela, che è ornata da punti di ricamo (il “punto pieno”, il “punto ombra”). Nel manufatto antico il “punto reticello” è invece ornato sulla tela da punti quali il “punto riccio” e il “punto reale”. In mancanza di studi di settore, il rinvenimento della voce “cartiglia”, e dell’oggetto che rappresenta nell’area vesuviana, rafforza l’ipotesi, avanzata già dalla studiosa Elisa Ricci, che il nome che compare nei documenti letterari rinvia a un’espressione dell’artigianato tessile femminile da classificare nella categoria delle trine ad ago, realizzate su tela come il

decoro realizzato su camicie. Per la sua forma fonetica, la parola *cartiglia* mostra di essere uno spagnolismo (da *cartilla*, diminutivo di carta, “piccola carta”). Si tratta, quasi certamente, di un tecnicismo formatosi per un meccanismo metonimico: dal foglietto di carta, in genere staccato da un libretto di modelli, su cui era tracciato il disegno che fungeva da base per creare il motivo del ricamo, si arriva all’assegnazione del nome “cartiglia” alla forma di lavoro che riproduce il corrispondente motivo decorativo (per una discussione più dettagliata sulla diffusione in area meridionale della voce *cartiglia* e sull’ipotesi etimologica, si rinvia a Troiano, in corso di stampa).

Ma, per concludere brevemente, dall’insieme delle voci testimoniate dai testi letterari scelti, di area campana, è possibile cogliere anche alcuni aspetti storici, morfosintattici e semantici tali da delineare i tratti fondamentali della fisionomia strutturale di un lessico tecnico-specialistico che rappresenta una porzione del più ampio e complesso vocabolario della lingua della moda. In questo breve intervento ci si limita a sottolineare che la particolare espressività dei lessemi semplici e complessi testimoniati o raccolti (quali, ad esempio, i frequenti diminutivi: *perciatielli*, *cartiglielle*, *sarcenella*, *cordonciello*, ecc.), la presenza di polirematiche (del tipo, *pizzo ‘e papera*, *pezzille a dente de cane*, *a granfe de gatta*, ecc.), ci documentano di una creatività linguistica estrosa nel dare foggia lessicale, e insieme un’impronta locale, alle varie tecniche di ricamo e di merletto con cui si raffigurano i motivi stilizzati, generalmente rilevati dai libretti di modelli per realizzare ornamenti di lusso destinati a capi imposti da una moda spagnolescante che mirava essenzialmente a un effetto decorativo, nella ricchezza come nella rigidità delle forme.

Riferimenti bibliografici

- Barthes R. (1967), *Système de la mode*, Seuil, Paris; tr. it. Lonzi L., a cura di, *Sistema della moda*, Einaudi, Torino, 1970.
- Basile G.B. (2013), *Lo cunto de li cunti ovvero lo trattenemiento de’ peccerille*, a cura di Stromboli C., Salerno, Roma.
- Battisti C., Alessio G. (1975), *Dizionario etimologico italiano*, Giunti-Barbera, Firenze.
- Beccaria G.L. (1985), *Spagnolo e spagnoli in Italia. Riflessi ispanici sulla lingua italiana del Cinque e del Seicento*, Giappichelli, Torino.
- Bevere R. (1897), *Vestimenti e gioielli in uso nelle province napoletane dal XII al XVI secolo*, “Archivio Storico delle Province Napoletane”, XXIII, 312-341.
- Catricalà M. (2007), *Il linguaggio della moda*, in Trifone P., a cura di, *Lingua e identità. Una storia sociale dell’italiano*, Carocci, Roma.
- Colombo D. (2000), *Appunti sul “secolo alla moda”*, in Antonelli L., Capra C., Infelise M., a cura di, *Per Marino Berengo: studi degli allievi*, FrancoAngeli, Milano.

- Colombo D. (2010), *Alle origini della moda: dal costume nazionale al sistema della moda*, Diabasis, Reggio Emilia.
- Cortelazzo M., Zolli P. (1988), *Dizionario etimologico della lingua italiana: 3/I-N*, Zanichelli, Bologna.
- D'Arbitrio N. (1984), *Le arti di Penelope. La tessitura ed il ricamo in Campania: i ricami di Somma Vesuviana*, s.n.t.
- Dardi A. (1981), *L'influsso del francese sull'italiano tra il 1650 e il 1715 (IV): francesismi adattati*, "Lingua nostra", XLII, 1, 21-22.
- Davanzo Poli D. (1995), *Merletto ad ago e a fuselli*, in Pallucchini R., a cura di, *Storia di Venezia. Temi. L'arte*, Istituto dell'Enciclopedia italiana fondata da Giovanni Treccani, Roma.
- Davanzo Poli D. (2011), *Il museo del merletto: Venezia-Burano*, Fondazione Musei Civici, Venezia.
- Del Tufo G.B. (2007), *Ritratto o modello delle grandezze, delizie e meraviglie della nobilissima città di Napoli*, a cura di Casale O.S., Colotti M.T., Salerno, Roma.
- Frugoni F.F. (1687), *Del cane di Diogene*, V. Bosio, Venezia.
- Levi Pisetsky R. (1976), *Moda e costume*, in Romano R., Vivanti C., a cura di, *Storia d'Italia, I documenti*, vol. 5, Einaudi, Torino, 1973.
- Mango A., a cura di (1973), *Farse cavaiole*, Bulzoni, Roma.
- Muzzarelli M.G. (2011), *Breve storia della moda in Italia*, Il Mulino, Bologna.
- Panicali A. (2005), *La voce della moda*, Le Lettere, Firenze.
- Plebani T. (2015), *I segreti e gli inganni dei libri di ricami: uomini con l'ago e donne virtuose*, "Quaderni storici", 148, L, 1, 201-230.
- Ricci E. (2007), *Antiche trine italiane. Trine ad ago*, a cura di Bellomo B.R., Edizioni Nuova, Bologna.
- Roche D. (1991), *Il linguaggio della moda*, Einaudi, Torino.
- Sarnelli P. (1986), *Posilecheata*, a cura di Malato E., Edizioni di Gabriele e Mariateresa Benincasa, Roma.
- Simmel G. (1996), *La moda*, a cura di Perucchi L., Mondadori, Milano.
- Troiano R. (2015a), *Il linguaggio delle arti tessili nella "Farza della maestra"*, in Giglio F., Chirico I., a cura di, *Occasioni e percorsi di letture. Studi offerti a Luigi Reina*, Guida, Napoli.
- Troiano R. (2015b), *Note sul lessico delle arti tessili documentato da testi dei secoli XVI-XVII*, in Pîrvu, E., a cura di, *La lingua e la letteratura italiana in prospettiva sincronica e diacronica*, Atti del VI Convegno internazionale di italianistica dell'Università di Craiova, 19-20 settembre 2014, Franco Cesati, Firenze.
- Troiano R. (in corso di stampa), *Intrecci di voci. Lessico dell'arte dei merletti in Campania*, in Stromboli C., a cura di, *Parole e cose. Il lessico della cultura materiale in Campania*, Atti della giornata di studio, 6 aprile 2017, Cesati, Firenze.
- Vecellio C. (1598), *Habiti antichi et moderni di Diverse Parti del mondo*, Damiano Zenaro, Venezia.
- Vigarelo G. (1985), *Lo sporco e il pulito: l'igiene del corpo dal Medioevo a oggi*, Marsilio, Venezia.

Commentato [FF60]: ?

3. Suggestioni goldoniane: tra moda, scene e costumi

di Carmela Citro

Abstract

The analysis that will be carried-out in this essay will cover several works from Carlo Goldoni's literary production. Goldoni, with his remarkable ability to observe, has offered us in his body of work countless characters that were accurately outlined also through the description of their dresses and their habits, contributing to shape in a clear manner the social condition and the ambitions of each of them.

Introduzione

La letteratura e la narrativa moderne riconoscono alla moda, agli oggetti e ai costumi in generale un'importanza riservata al pari ad altri elementi funzionali nell'ordito del racconto.

Più volte, anche nei testi letterari dei secoli passati, la descrizione dei vestiti dei personaggi, degli accessori da loro usati è delineata in modo così minuzioso da sembrare un vero e proprio affresco, cosicché il lettore dispone di ulteriori elementi per la caratterizzazione del personaggio e del suo *status*. In riferimento al secolo in cui Goldoni visse ed espresse ai massimi livelli la sua opera drammaturgica, è ben noto che tra il XVII e XVIII secolo Venezia non era più la signora dei mari, immersa nel lusso che aveva conosciuto tra il Trecento e il Quattrocento; essa restava, tuttavia, la città italiana più brillante, la più cosmopolita rispetto alle restanti realtà del Paese, e sicuramente la meno condizionata dal regime spagnolo e da quello della Chiesa.

Il Rinascimento aveva lasciato, senza alcuna ombra di dubbio, la sua incancellabile impronta sulla città, mentre nel secolo successivo, con il nuovo

stile imperante, l'assetto urbanistico aveva acquisito una nuova magnificenza. Decorazioni preziose abbellivano in modo maestoso i palazzi della città. Questi lussi, questi fasti, questa ricchezza non si riscontravano solo nelle loro stanze debitamente arredate, ma anche nell'abbigliamento dei signori che vivevano in queste dimore. In quel determinato periodo storico Venezia risultava ancora la città, per antonomasia, che dettava l'eleganza nella foggia del costume. Nella città sospesa sul mare si trovavano ancora i migliori sarti, le sete più raffinate, le lane più preziose e questo contribuiva a far sì che la principale occupazione delle gentildonne e dei gentiluomini veneziani fosse quella di arricchire i loro guardaroba. L'accessorio, complice dell'ostentata ricercatezza di eleganza di ogni donna appartenente alla nobiltà o all'alta società, fu senz'altro il ventaglio, che poteva essere di seta, di pergamena o di carta, ma necessariamente dipinto a mano e ornato di perle e gemme preziose; mentre gli uomini di alto rango sfoggiavano occhiale e tabacchiere finemente lavorati, da sembrare vere e proprie opere d'arte. Ricordiamo, a questo proposito, che la repubblica, in quel tempo, aveva emanato pene intransigenti contro il lusso eccessivo, sia per i venditori di stoffe e di guarnizioni preziose, quindi costose, sia per coloro che importavano oggetti e costumi alla moda provenienti dalla Francia; ma tutto ciò era oltremodo ignorato, per cui intere fortune venivano dissipate in occasione di cerimonie importanti, malgrado il governo repubblicano avesse emanato, appunto, leggi contro lo spreco sfrenato. Una delle occasioni più importanti, per le quali i veneziani preferivano abiti e oggetti decorativi alla moda era la stagione teatrale, particolarmente intensa nei mesi invernali, durante i quali i nobili signori e quelli dell'alta borghesia spendevano vere e proprie fortune per le loro eleganti mise. Tra luglio e ottobre, invece, quando il teatro era in pausa, le attenzioni per l'abbigliamento venivano rivolte ai nuovi guardaroba da preparare per il periodo in cui nobili, ricchi o patrizi veneziani si recavano in villeggiatura in campagna, dove trascorrevano il loro tempo tra balli, banchetti, battute di caccia ed altro.

Nella drammaturgia goldoniana, che si nutre di questo contesto storico, si percepiscono gli echi della profonda crisi che travagliava la civiltà settecentesca, sia quando essa ha portato in scena le consuetudini e i contrasti delle diverse classi sociali, sia quando ha tratto ispirazione dalla vita quotidiana che si svolgeva a Venezia (Savani, 2016, 1-6).

L'analisi che seguirà si basa su tre testi tratti dal ricco corpus teatrale di Carlo Goldoni: *Le smanie per la villeggiatura*, *La bottega del caffè* e *Il ventaglio*, opere in cui l'autore, con le sue notevoli capacità di osservazione, propone una varietà di personaggi meticolosamente e ironicamente tratteggiati anche attraverso la descrizione minuta dei loro abiti e dei loro belletti. Le suggestioni che derivano dalle sue particolareggiate descrizioni illuminano in

modo chiaro gli orientamenti più significativi della moda del tempo, e offrono un'immagine speculare della società settecentesca, da lui sapientemente trasposta in linguaggio scenico.

1. *Le smanie per la villeggiatura*

Nella prima *pièce*, *Le smanie per la villeggiatura*, che è la prima commedia della *Trilogia della villeggiatura*, vengono mostrate le smanie dei borghesi, cui si accennava nel breve riferimento storico, e soprattutto

[...] quelle della seconda generazione, dei figli che, per apparire alla stregua dei nobili, trascorrevano vacanze fastose e costosissime in ville fuori città, abbigliati rigorosamente alla moda, ma senza le possibilità economiche per pagare i fornitori. L'amarezza per la decadenza della borghesia è quanto mai manifesta in molte opere goldoniane, che mettono in evidenza che, laddove i vecchi non sono più capaci di interpretare il presente, avendo una visione del mondo ormai superata, i giovani inseguono i loro sogni perdendo anche loro di concretezza e di capacità di azione: non sanno più gestire né se stessi né i propri sentimenti, tantomeno le loro attività economiche e le loro finanze, destinate ben presto a esaurirsi (Audino, 2008, 24).

Ne *Le smanie per la villeggiatura* è noto che il tema di fondo è l'approssimarsi della partenza per la villeggiatura: "Nelle due case di Leonardo e di Filippo fervono i preparativi, rallentati dal ritardo nella consegna degli abiti all'ultima moda, dal continuo andare e venire di servi e di ospiti, dalla scarsità, sempre occultata, del denaro necessario per tante spese" (Servillo, 2015, 33).

Quanta frenesia ci sia per possedere assolutamente vestiti alla moda lo si rivela in alcune emblematiche battute. Già nella prima scena del primo atto si può osservare come Paolo, cameriere di Leonardo, si rivolge al suo padrone, fornendogli dettagliate spiegazioni su quanto sta accadendo in casa riguardo ai frenetici e costosissimi preparativi dell'abbigliamento preteso da Vittoria (sorella di Leonardo):

Leonardo: [...] che fa ella di tanta gente? Si fa fare in casa qualche vestito nuovo?
Paolo: No signore. Il vestito nuovo glielo fa il sarto. In casa da queste donne [...] si fa fare delle *mantiglie*, de' *mantiglioni*, delle cuffie da giorno, delle cuffie da notte, una quantità di forniture di pizzi, di nastri, di fioretti, un arsenale di roba [...]
(Goldoni, 2000a, 413).

Nella terza scena leggiamo che Vittoria vuole rimandare la partenza e la ragione di ciò è che il sarto non le ha consegnato ancora il suo *mariage* (abito all'ultima moda francese):

Commentato [FF61]: minuscolo

Vittoria: [...] assolutamente per oggi non si può partire.
Leonardo: E perché per oggi non si può partire?
Vittoria: Perché il sarto non mi ha terminato il *miomariage*.
Leonardo: Che diavolo è questo *mariage*?
Vittoria: È un vestito all'ultima moda. [...]. So che la signora Giacinta è di buon gusto, e non voglio venire col pericolo di scomparire in faccia a lei.
Leonardo: Degli abiti ne avete in abbondanza.
Vittoria: Io non ho che delle anticaglie [...] da un anno all'altro non si possono più dire alla moda [...].
Leonardo: Quest'anno corre il *mariage* dunque.
Vittoria: Sì, certo. L'ha portato di Torino madama Granon. Finora in Livorno non credo che se ne siano venduti, spero di essere io una delle prime.
Leonardo: Ma che abito è questo, Vi vuol tanto a farlo?
Vittoria: [...] È un abito di seta di un color solo, colla guarnizione intrecciata di due colori. Tutto consiste nel buon gusto di scegliere colori buoni, che risaltino e non facciano confusione.
(Goldoni, 2000a, 417-418).

In casa di Filippo la situazione non è dissimile, nel primo atto, scena decima si legge:

Giacinta: Signor padre, mi favorisca altri sei zecchini.
Filippo: E per che fare, figliuola mia?
Giacinta: Per pagare la sopravveste di seta da portar per viaggio perripararsi dalla polvere.
Filippo: (Poh! Non si finisce mai). Ed è necessario che sia di seta?
Giacinta: Necessarissimo. Sarebbe una villania portare la *polverina* di tela; vuol essere di seta, e col cappuccietto.
Filippo: Ed a che fine il cappuccietto?
Giacinta: Per la notte, per l'aria, per l'umido, per quando è freddo
Filippo: Ma non si usano i cappellini? I cappellini non riparano meglio?
Giacinta: Oh, i cappellini!
Brigida: Oh, oh, oh i cappellini!
Giacinta: Che ne dici eh, Brigida? I cappellini!
Brigida: Fa morir dal ridere signor padrone. I cappellini!
Filippo: Che! Ho detto qualche sproposito? Qualche bestialità? A che far tante meraviglie? Non si usavano forse i cappellini?
Giacinta: Goffaggini, goffaggini.
Brigida: Anticaglie, anticaglie.
Filippo: Ma quanto sarà, che non si usano più i cappellini?
Giacinta: Oh! Due anni almeno.
Filippo: E in due anni sono venuti anticaglie?
Brigida: Ma sapete, signore, che quello che si usa un anno, non si usa l'altro?
Filippo: Sì, è vero. Ho veduto in pochissimi anni cuffie, cuffiotti, cappellini, cappelloni; ora corrono i cappuccietti; m'aspetto che l'anno venturo vi mettiate in testa una scarpa.

Giacinta: Ma voi che vi maravigliate tanto delle donne, ditemi un poco, gli uomini non fanno peggio di noi? Una volta, quando viaggiavano per la campagna, si mettevano il loro buon giubbone di panno, le gambiere di lana, le scarpe grosse: ora portano anch'egli la *polverina*, gli scappinetti colle fibbie di brilli, e montano in calasso colle calzoline di seta.

Brigida: E usano più il bastone.

Giacinta: Ed usano il palossetto ritorto.

Brigida: E portano l'ombrellino per ripararsi dal sole.
(Goldoni, 2000a, 428-429).

Queste poche battute sono un chiaro esempio di quanto i cittadini veneziani, soprattutto le donne, siano attratti dall'influenza irresistibile della moda, in particolare di quella francese.

2. *La bottega del caffè*

Protagonista de *La bottega del caffè* è quel segmento sociale di cui l'autore ama occuparsi, cioè la piccola e media borghesia, di cui propone la quotidianità, la ritualità di gesti e situazioni che si ripetono in scena come nella vita vera. Non è un caso, ma una condizione voluta, che tutto si svolga intorno alla bottega del caffè, luogo di ritrovo di avventori sia abituali che di passaggio collocato al centro della scena, da cui si ha la visione di tutta la piazza e degli edifici che la circondano. Ridolfo, il suo proprietario, è il personaggio chiave dell'intera pièce, è colui che tiene le fila di tutti gli avvenimenti, che gestisce con grande capacità e solido buonsenso. Suo antagonista è Don Marzio, gentiluomo napoletano, molto indiscreto e seminatore di ziz-zanie.

La maldicenza di questo personaggio è sottolineata da Goldoni con l'utilizzo di un piccolo e apparentemente innocuo strumento: l'occhialetto. L'occhialetto diviene: "diabolico strumento con cui l'incauto maldicente spia tutti indiscretamente quasi a voler cercare per forza ciò che altrimenti non vede: 'Il mio occhialetto non sbaglia'" (Montanile, 2007, 22).

L'intera commedia è costellata da queste perfide battute, che Don Marzio distribuisce con grazia su tutti i personaggi della commedia. Le sue "prede favorite" sono, senza alcun dubbio la ballerina e la pellegrina.

Nel primo, scena 15, si legge:

Don Marzio: (Eugenio con una Pellegrina! Sarà qualche cosa di buono!). (*siede al caffè, guardando la pellegrina coll'occhialetto*).

Don Marzio: (Mi pare d'averla veduta altre volte). (*da sé guarda di lontano coll'occhialetto*).

Nella scena quarta del secondo atto si legge di un diverbio tra lui e Rinaldo:

Rinaldo: Signore, ha elle gli orecchini del signor Eugenio?

Don Marzio: Eccoli qui, questi belli orecchini non vagliono un corno; mi ha intrappolato. Briccone! Si è ritirato per non pagarmi; è fallito, è fallito.

Rinaldo: Prenda, signore, e non faccia altro fracasso; questi sono dieci zecchini, favorisca darmi i pendenti.

Don Marzio: Sono di peso? (*osserva coll'occhialetto*).
(Goldoni, 2007c, 97).

Sono innumerevoli gli esempi di questo tipo sparsi in tutta la commedia. Si può, dunque, affermare che: “la forma oggettuale acquista all’interno della *pièce* una sua insolita complessità regolando il giuoco dialettico della finzione e dello smascheramento: la finzione che guida i gesti e le parole del maldicente, e lo smascheramento seguito alla risoluzione degli equivoci, allo scioglimento dei contrasti” (Montanile, 2007, 23).

3. *Il ventaglio*

Il ventaglio, accessorio di moda, strumento civettuolo, è il protagonista assoluto dell’intera *pièce*, ad esso intitolata: era un oggetto del quale non si poteva fare a meno, molto in voga ai quei tempi, non solo per smuovere l’aria, ma soprattutto per pura civetteria.

Il ventaglio, che è considerata una delle opere drammaturgiche più importanti della produzione francese di Goldoni (redatta nel 1764, rappresentata al San Luca nel 1765), è una commedia ricca di scene brevi e frizzanti, in cui sembra che il commediografo riusi la commedia dell’arte a livello di ritmo e di intreccio. A tal proposito, si può considerare *Il ventaglio* come una commedia dell’arte dialogata, per meglio dire, una commedia scritta che trae dalla commedia dell’arte la piacevole grazia, la libertà fantasiosa che segue la linea di una avventura intricata intorno ad un oggetto, cioè il ventaglio, che passa di mano in mano (Gibellini, 1993, XXX).

I personaggi, che hanno in mano questo oggetto, sembrano quasi corridori che si passano la staffetta: Evaristo, un giovane borghese, affida un ventaglio, acquistato per la sua amata Candida quale risarcimento della rottura di un vecchio ventaglio di cui si ritiene responsabile, a Giannina, una giovane popolana, piuttosto che donarlo direttamente alla sua futura sposa, e da questa passerà in possesso di altri personaggi.

Se da alcuni studiosi *Il ventaglio* è considerata una commedia d’intreccio, da altri come Ronconi è definita una “commedia di sentimenti” (2007, 14),

Commentato [FF62]: minuscolo

dove i personaggi manifestano una reale difficoltà di comunicazione e l'unico elemento che riesce a metterli in comunicazione è l'oggetto "ventaglio". La comunicazione fra i personaggi protagonisti della vicenda gira intorno ai malintesi e ai pettegolezzi che questo oggetto di gran moda scatena in questo piccolo paesino del milanese. Difatti la scena è posta nella piazza del villaggio, dove si vedono le botteghe del calzolaio, dell'oste, dello speziale, della merciaia e alcune case.

Nel primo atto, scena due, si legge:

(Evaristo dopo aver bevuto il caffè con i Barone del Cedro, si prepara ad andare a caccia. Passando davanti alla casa saluta Candida, di cui è innamorato. La giovane rispondendo con un inchino lascia cadere il ventaglio che si rompe).

Evaristo: Oh tutto è all'ordine: andiamo. [...] Nuovamente servitore umilissimo di lor signore.

Candida: Serva umilissima. (s'alza [...] urta il ventaglio che finisce in strada).

Evaristo: Oh! (raccoglie il ventaglio).

Candida: Niente, niente.

Evaristo: Il ventaglio è rotto, me ne dispiace infinitamente.

Evaristo: Ma io sono la cagione ch'è rotto.

Candida: Guardate quanta pena si prende, perché si è rotto il ventaglio!

Evaristo: (mi spiace infinitamente che quel ventaglio si sia rotto per causa mia; mo vo' tentare di rimediarvi). Signora Susanna. [...] vorrei parlarvi. (Goldoni, 2000b, 18).

Entrano nella bottega della merciaia ed Evaristo acquista un ventaglio nuovo (atto I, scena 3):

Susanna: non ne ho né di meglio, né di peggio: questo è il solo, questo è l'ultimo che m'era restato in bottega

Evaristo: Benissimo mi converrà valerme di questo.

Susanna: M'immagino che ne vorrà fare un presente (*ridendo*).

Evaristo: Certo ch'io non l'avrò comprato per me.

Susanna: Alla signora Candida?

Evaristo: (è un po' troppo curiosa la signora Susanna). Perché credete voi, ch'io voglia darlo alla signora Candida?

Susanna: Perché ho veduto che si è rotto il suo.

Evaristo: No, no il ventaglio l'ho disposto diversamente.

Susanna: Bene bene lo dia a chi vuole. Io non cerco i fatti degli altri (*ride e lavora*)

Evaristo: (non li cerca ma li vuol sapere. Questa volta però, non l'è andata fatta). (*si accosta a Giannina*) [...] sapete che la signora Candida ha rotto il ventaglio? [...] ne ho comprato uno dalla merciaia [...] e vorrei che voi glielo deste secretamente. (Goldoni, 2000b, 24).

È quest'atto non compiuto da parte di Evaristo che mette in moto una serie di dicerie e in questo modo il ventaglio diviene ancor di più il mezzo

comunicativo dei sentimenti non espressi. Solo il Marchese di Rocca Marina rimane escluso da tutte queste manipolazioni che coinvolgono i sentimenti, e come lo stesso Goldoni fa notare, egli attribuisce all'oggetto solo un valore economico e nient'altro (I, 8): “**Conte:** Guarda e riguarda: è un ventaglio. Che cosa può costar?... Che so io? Sette o otto paoli” (Goldoni, 2000b, 64).

I suggestionanti personaggi goldoniani prendono vita sui palcoscenici, oggi come allora, proponendoci l'immagine della moda di un secolo. Grazie alla notevole arguzia e alla pregevole ironia dell'autore, essi ci trasmettono la memoria, tra divertimenti e vezzi, di abiti, accessori, corsetti ed altro in voga nei salotti veneziani. Le scene di commedie, come *Le smanie per la villeggiatura*, *La bottega del caffè* o *Il ventaglio*, concorrono, insieme alle opere di pittori come William Hogarth e Pietro Longhi, a rendere imperitura la moda del Settecento rococò, in quell'arco storico che accompagnò la decadenza dell'aristocrazia e l'emergere delle cosiddette classi inferiori.

Riferimenti bibliografici

- Gibellini P. (1993), *Goldoni, le baruffe chiozzotte. Il ventaglio*, Mondadori, Milano.
- Goldoni C. (2000a), *Le smanie per la villeggiatura*, in Testaverde A.M., a cura di, *Il teatro*, Mondadori, Milano, vol. XV.
- Goldoni C. (2000b), *Il ventaglio*, in *Il teatro*, a cura di A. M. Testaverde, Mondadori, Milano, vol. XV.
- Goldoni C. (2007c), *La bottega del caffè*, a cura di M. Montanile, Edisud, Salerno.
- Ronconi L. (2007), *Il ventaglio? Un talismano, conversazione con M.G. Gregori*, in *Libretto di sala dello spettacolo*, Piccolo Teatro, Milano.
- Goldoni C. (2008), *I rusteghi*, in A. Audino, a cura di, *Storia del teatro moderno e contemporaneo*, Rai-Trade, Roma.
- Servillo T. (2015), *A teatro*, Gruppo editoriale L'Espresso, Roma.

*4. Il fascino del tabarro
in L'abito fa il monaco (1874)
di Gottfried Keller*

di Antonella Catone

Borracio - Questo mostra che sei un novellino.
Tu sai che a fare un uomo non è la foggia del suo giustacuore
o del cappello o della palandrana.
Corrado - Infatti, questi son solo vestiti.
Borracio - Voglio intendere che non è la moda.
Corrado - Bah, la moda è la moda.
Shakespeare: *Molto rumore per nulla* (1600)
[...] che cosa, all'interno del costume, significa?
Barthes: *Il senso della moda* (2006)

Abstract

Starting from previous studies on the sociology of clothing and analyses conducted in the German field on the language of clothing in Keller's literary text (Reinacher 1988, Bänziger 1971, Pinto 1978, Fleig 2008), the following contribution aims at demonstrating how the cloak plays a central role within the structure of Keller's *Kleider machen Leute*.

1. Le mode sono sempre mode di classe

La parola "moda" deriva dal latino *modus*, cioè "modo, foggia", ma anche "giusta misura", e infatti è sempre stato considerato "moda" ciò che viene percepito come adeguato, giusto e opportuno in un determinato momento e in un certo luogo, in situazioni e in epoche diverse (Sellerberg, 2008, 222). D'altronde, come suggerisce Barthes, "indossare un vestito è fondamentalmente un atto di significazione" (1998, 118), per cui la moda costituisce un riflesso delle regole e dei codici della classe dominante. Negli anni successivi, il semiologo francese assume una posizione diversa, chiosando, ne *Il senso della moda*, che "a parte i casi di flagrante eccentricità, l'indumento non significa niente" (2006, 34). L'indumento è infatti:

il significante di un solo significato principale, che è il nodo o il grado di partecipazione di colui (gruppo o individuo) che lo indossa. Va da sé che questo significato generale si distribuisce in un certo numero di concetti o di significati secondari che variano secondo insiemi più o meno ampi, più o meno formalizzati che provvedono a segnalarli (Barthes, 2006, 22).

Nel suo saggio *Linguaggio e vestito: Roland Barthes e Charles Peirce*, Giampaolo Proni offre alcune considerazioni preliminari sull'approccio alla moda del primo Barthes. Partendo dall'applicazione delle categorie linguistiche all'abbigliamento operata da Barthes, Proni illustra alcune interessanti occorrenze del termine *fashion* (escludendo i luoghi dove significa *modo*) nei *Collected Papers* di Peirce. La teoria di Peirce, conclude Proni, considera il problema del significato dell'abbigliamento (e della moda) "in un modello interpretativo e non in un modello biplanare significato-significante" (2015, 86).

Negli anni Quaranta, il sociologo Gaston Bouthoul riassume nel suo *Traité de sociologie* i tratti caratteristici del fenomeno "moda", definendolo:

a. [...] un fenomeno periodico di ordine soprattutto psicologico; b. ogni moda consiste in una invenzione, seguita da una imitazione sempre più ampia; c. le mode sono più frequenti ed influenzano un numero relativamente più ampio di individui nelle società dinamiche, quelle in cui il benessere morale e materiale è più diffuso; d. la moda è quasi sempre legata a considerazioni di gerarchia sociale (1949, 334).

Diverse sono le teorie che assegnano alla moda la veste di differenziatore sociale. Molti studiosi si sono soffermati sul ruolo della moda nelle dinamiche di stratificazione della società, primi fra tutti Simmel e Veblen. La tesi più nota del filosofo e sociologo Georg Simmel è quella secondo cui "le mode sono sempre mode di classe, [...] le mode della classe più elevata si distinguono da quelle della classe inferiore e vengono abbandonate nel momento in cui quest'ultima comincia a farle proprie" (1998, 17).

2. Il tabarro-protagonista in *L'abito fa il monaco*

Le considerazioni di Simmel nel breve scritto *Die Mode* del 1911 ci offrono un buon punto di partenza per analizzare il racconto *L'abito fa il monaco* (*Kleider machen Leute*) di Gottfried Keller, in cui il tabarro-protagonista fa emergere quell'aspetto della moda che favorisce la differenziazione. Pubblicato nel 1874, l'opera testimonia il rapporto tra uomo, moda e società negli ultimi anni dell'Ottocento in Svizzera. Il titolo, nella sua laconica semplicità, anticipa gli sviluppi del racconto, introducendo da subito l'abito-pro-

tagonista dell'opera Kelleriana. In effetti, come scrive Catalano, tutta la novella è incentrata “sul gioco di parole costruito intorno al titolo: a smentire la veridicità del detto, l'abito non fa il monaco, è chiamata una persona il cui mestiere è produrre vestiti, cioè un sarto, che nel racconto dimostra una camaleontica capacità a cambiare d'abito” (1998, 118).

Gottfried Keller (1819-1890), romanziere e maestro della novella realistica, esordisce letterariamente con *Der grüne Heinrich* (1880), storia di un artista fallito, sviluppatosi sull'ombra del goethiano *Wilhelm Meister*. La novella *L'abito fa il monaco* fa parte del secondo volume della raccolta *Die Leute von Seldwyla* (1856 e 1874), *Gente di Seldwyla*, cittadina fittizia e ironico specchio di Zurigo, città natale di Keller. Amata, fustigata e ritratta con sottile umorismo dall'autore, questa pacifica comunità Svizzera fa da sfondo alle esistenze dei suoi cittadini, protagonisti dei suoi racconti.

Con la prima pagina di *Kleider machen Leute* il narratore ci invita ad un viaggio a Goldach, fiorente cittadina a poche ore da Seldwyla. In una fredda giornata di novembre, un povero sarto indossa, sopra un vestito leggero, un pesante mantello a ruota di elegante fattura e calza in testa un berretto di pelliccia. Pallido in volto e con un portamento signorile, il protagonista viene presentato al lettore sin dalle prime battute:

[...] sull'abito nero della domenica, l'unico suo vestito, indossava un ampio mantello grigio scuro con colletto di velluto nero, il quale gli conferiva un'aria austera e romantica; aveva lunghi capelli neri e baffetti ben curati e poteva andare orgoglioso di un volto pallido, ma dai tratti regolari. Tale abbigliamento era divenuto ormai un'esigenza per lui, senza che si proponesse per questo alcun male o alcun inganno; era anzi contento se soltanto lo lasciavano lavorare in pace; però avrebbe preferito morire di fame che separarsi dal suo mantellone e dal berretto di pelo alla polacca, che sapeva pure portare con grande dignità (Keller, 2013, 258).

Nella breve descrizione, molto minuta, l'attenzione è posta sull'abbigliamento del sarto, del quale si vuole fornire un'immagine ben definita. Il protagonista viene scambiato per un ricco conte polacco e riesce, nelle vesti di personaggio fittizio, a conquistare la figlia di un ricco e stimato borghese.

Risulta inevitabile come, fin dalle prime pagine, l'intero racconto ruoti intorno al “sottile scambio fra apparenza e realtà” (Catalano, 1998, 118). Il bisogno innato del protagonista “di apparire persona graziosa ed eccezionale, sia pure soltanto nella scelta delle vesti, l'aveva portato a questo conflitto e provocava così il suo terrore” (Keller, 2013, 276). Se da un lato il giovane sarto della Slesia, ormai martire del suo mantello, vorrebbe fuggire dalle sue ingannevoli apparenze, dall'altro è costretto dalle vicende a rimanere fedele ai giudizi altrui.

Il protagonista kelleriano incarna appieno le caratteristiche dell'uomo

moderno che si adegua alle convenzioni imposte dalla moderna società svizzera di fine Ottocento. Elena Croce, nella prefazione al volume italiano per Adelphi, fa notare come Keller sia l'unico narratore tedesco della sua epoca che possa dirsi non provinciale. Partendo proprio dal realismo dell'autore, Croce definisce il linguaggio Kelleriano "estremamente vitale e concreto" e il suo stile "frutto di una originalissima sintesi di precisione analitica e di concisione epigrafica" (Croce, 2013, 21). Il tabarro nella novella di Keller è espressione di un autoritratto che enfatizza il suo significato performativo e va oltre la mera funzione di abbigliamento: il gioco estetico copre e scopre il protagonista (Fleig, 2008, 31). Sebbene l'abito in questione sia un capo importante, espressione di stile di vita difficile da imitare, il protagonista sembra avere un portamento adeguato e una certa abilità al suo utilizzo:

Si ravvolse pittorescamente nel gran mantello, calcò sugli occhi il berrettone di pelo e s'aggirò lento al sole vespertino in un viale di alte acacie, considerando il bel paesaggio, o meglio studiando la via che voleva infilare. Era proprio bello a vedersi nell'ondeggiare dell'ampio mantello, con la fronte corrugata, i baffetti leggiadri e pur melanconici, i lucidi riccioli neri e gli occhi scuri! (Keller, 2013, 269).

Il racconto di Keller testimonia il cambiamento di significato dell'abbigliamento all'inizio della modernità. Il tabarro svolge una funzione centrale all'interno della struttura del testo, struttura che possiamo dividere in tre momenti: lo scambio sarto/conte, la scoperta/rivelazione e infine il recupero dell'onore perduto. Se, come scrive Annemarie Pinto in una densa analisi sul motivo del mantello, il tabarro attraversa tutte e tre queste fasi (1979), possiamo dire che nell'opera kelleriana esso viene declinato in molteplici forme e variazioni. Il linguaggio vestimentario, quindi non solo il mantello, ritorna più volte nella struttura del racconto: l'autore descrive minuziosamente l'amata Nettchen, "una graziosa signorina, vestita con gran lusso, un po' troppo vistosamente e con abbondanza di gioielli" (Keller, 2013, 270). Numerose e suggestive sono anche le dettagliate descrizioni degli accessori: la lussuosa veste da camera domenicale dell'oste, la stessa camera nella quale troviamo un tavolino gremito degli oggetti di toeletta – ma anche cesti pieni di biancheria, abiti, sigari, libri, stivali, scarpe, pellicce, berretti, cappelli, calze e calzerotti, pipe, flauti e violini – tutti elementi, questi, caratterizzanti la moda di quegli anni.

Quando e come viene scoperto il falso conte? Durante una sfilata, sul carro della dea Fortuna, recante l'iscrizione "l'uomo fa l'abito", erano rappresentati sarti da tutti i paesi e di tutte le epoche. Sul carro, ognuno inscenava con graziosa pantomima il motto "l'uomo fa l'abito" e anche il suo contrario finendo così per raffigurare dettagliatamente, suscitando lo stupore dei presenti, l'aspetto del falso conte.

[...] Era uno snello giovanotto con un mantello scuro, bei riccioli neri e un berretto alla polacca; non era altri che il conte Strapinski, così come in quella giornata di novembre camminava per lo stradone prima di salire sul fatale equipaggio. [...] aprì il suo fagotto. Ne trasse una giacca da conte quasi pronta, simile in tutto a quella che indossava Strapinski alla festa, vi cucì con gran furia e abilità fiocchi e passamani, la stirò a regola d'arte, fingendo di provare il ferro scottante con le dita umide. Poi si alzò lentamente, si tolse il giacchettino sdrucito, infilò l'abito fastoso, trasse uno specchietto per pettinarsi e accomodarsi meglio, e finì per riprodurre l'esatta immagine del conte (Keller, 2013, 283).

La musica passò ad una melodia seria e melanconica, l'uomo raccolse le sue robe nel mantello e giunse di fronte ai due fidanzati che rimasero immobili sulle sedie. Ormai scoperto, il falso conte s'alzò lento e uscì a passi brevi piangendo dalla vergogna a capo scoperto e chino fino a scomparire nel bosco. Nonostante la fuga e lo scalpore, l'amata lo cerca disperatamente e, nel momento in cui i due si ritrovano nel bosco nella scena finale, l'abito è nuovamente di scena:

Era proprio lui. Il velluto verde cupo della giacca spiccava bello ed elegante persino sulla neve nella notte; la snella persona dalle agili membra, ben attillata e ornata, sembrava proclamare anche nell'immobilità, nell'abbandono, sull'orlo della rovina: "l'abito fa il monaco" (Keller, 2013, 288).

Il racconto termina con il matrimonio, il sarto "si rivelò modesto, economico e laborioso nella sua azienda, cui seppe dare grande sviluppo" (Keller, 2013, 270). Divenne esperto e abile negli affari confezionando ai cittadini i panciotti di velluto color viola, a scacchi bianchi e azzurri, le marsine da ballo a bottoni dorati e mantelli guarniti di rosso. Non lasciò neppure un soldo alla cittadina di Seldwyla "forse per ingratitudine, forse per vendetta" (Keller, 2013, 300).

3. La figura del sarto mascherato nella letteratura tedesca

La storia del sarto mascherato non è nuova all'interno della letteratura tedesca: pensiamo al garzone-sarto che, indossato un abito principesco, si crede in diritto di usurpare il titolo del vero principe in *Das Märchen vom falschen Prinzen* (1826) di Wilhelm Hauff, al millantatore sarto in *Die merkwürdige Lebensgeschichte Sr. Majestat Abraham Tonelli* (1798) di Tieck, così come al sarto girovago nel diario *Tagebuch eines wandernden Schneidergesellen* (1836), satira deliziosa sul viaggio italiano del Signor Nicolai di

F. von Gaudy (Pinto, 1979, 6). L'abito maschile è presente, seppur in maniera diversa, anche nel breve racconto *Il mantello dell'eretico* di Bertold Brecht, in cui si narra di una sartina veneziana che reclama il compenso di 32 scudi relativo alla produzione di un mantello al filosofo Giordano Bruno, a quei tempi incarcerato a Venezia. Diversamente dal filosofo, che non indossa mai il suo mantello durante la narrazione, il mantello del sarto in Keller è un tutt'uno con il protagonista, o meglio, parafrasando Bänziger (1971, 817), "*Strapinski scheint eins mit seinem Mantel, scheint eins mit sich selbst*" (Strapinski è tutt'uno col mantello, tutt'uno con sé stesso).

Nel saggio *Das Mantelmotiv in Kleider machen Leute von Gottfried Keller und Der Mantel von Nikolai Gogol*, Annemarie Pinto analizza il modo in cui Keller e Gogol utilizzano il motivo del mantello come anello di congiunzione e come punto focale per i rispettivi temi (Pinto, 1979, 27). Se da un lato Keller elabora linguisticamente e pittoricamente il motivo del tabarro durante la prima parte romantica di *Kleider machen Leute*, e, dopo lo smascheramento, si trasforma in realismo e porta la storia ad una brusca conclusione, Gogol, dall'altro, gestisce diversamente il motivo del cappotto in *Der Mantel*, e lo fa attraverso descrizioni realistiche dai dettagli più minuziosi. Il cappotto della prima parte realistica della storia è omesso durante la parte fantastica, lì dove il fantasma senza cappotto del morto che conduce un'esistenza d'ombra durante la sua vita, diventa sorprendentemente reale (Pinto, 1979, 2). Una delle prime traduzioni del titolo, "il mantello" o "il pastrano" di Gogol, rende meglio il russo *Šinel*, un cappotto da uomo di taglio ampio con un piccolo collo di pelliccia e una mantellina, d'obbligo dal Settecento in poi anche per i semplici addetti alla cancelleria. Si tratta di un ampio cappotto da uomo con mantellina corta e cintura, di stoffa di lana pesante, in voga fino agli inizi del Ventesimo secolo.

Nel racconto di Keller, il mantello semicircolare, tipico della classe nobile, viene considerato più come un articolo di lusso che come un indumento puramente funzionale. Nella prima parte della novella, il motivo del mantello viene sviluppato attraverso un linguaggio pittoresco e un utilizzo sapiente dell'abito nel testo letterario, mettendo in luce il conflitto tra l'apparenza e la realtà nell'ambiente borghese di quegli anni (Pinto, 1979, 10). Per approfondire questo aspetto, potrebbe essere utile confrontare il testo letterario con i numerosi adattamenti cinematografici dell'opera di Keller. Pensiamo al film del 1921 diretto da Hans Steinhoff, a quello del 1962 diretto da Paul Verhoeven e, infine, al film del 1940 diretto da Helmut Käutner con Heinz Rühmann nella parte di Wenzel. Durante la sequenza del film diretto da Käutner, si assiste all'incontro tra Nettchen e il sarto che viene scambiato per un *graf* (conte). La trasposizione cinematografica ripropone fedelmente

Commentato [FF63]: minuscolo

lo stile dell'epoca, sebbene, per quanto riguarda i dialoghi, il copione cinematografica risulti meno efficace del testo letterario. Nel film, il sarto ripete continuamente "Ich bin kein Graf" ("Non sono un conte"), frase che non ritroviamo nel racconto del 1874. Sia nell'adattamento cinematografico che nel testo letterario, ciò che colpisce il lettore/spettatore è senza dubbio l'attenzione al dettaglio nella descrizione di abiti, gioielli e accessori testimoni della moda del tempo. A tal proposito, si veda il recente lavoro di Julia Bertschik *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur*, in cui si analizza l'abito come specchio dello spirito del tempo nella letteratura in lingua tedesca dal 1770 al 1945. Al termine di un'analisi serrata e suggestiva, Bertschik sottolinea come nessun altro fenomeno, al di là dell'origine comune delle parole, è intrinsecamente legato al concetto di modernità tanto quanto quello della moda. Oltre alla letteratura di finzione, vengono presi in considerazione anche testi giornalistici di moda. Il cambiamento dell'abbigliamento può essere visto come un'indicazione del cambiamento sociale, di genere ed estetico. Questo vale in particolare per gli sconvolgimenti epocali avvenuti intorno al 1800 e al 1900, per la repubblica di Weimar e per il Terzo Reich, poiché anche i cambiamenti nella moda dell'abbigliamento hanno vissuto qui i loro momenti più radicali (Bertschik, 2005).

Conclusioni

Nel testo letterario, l'abito diventa un complicato sistema di segni in grado di trasmettere messaggi sull'identità dell'individuo. Significativo, a questo proposito, è il lavoro della studiosa svizzera Reinacher, *Die Sprache der Kleider im literarischen Text*, in cui è analizzato il linguaggio degli abiti nei testi letterari di Gottfried Keller e Robert Walser. Nei testi di Keller, l'abito è definito caricaturante, seducente, illusorio e ingannevole (Reinacher, 1988). Dallo studio di Reinacher emerge come l'abbigliamento giochi un ruolo centrale nella struttura del testo di Keller. Fondamentale è il ruolo ricoperto dal mantello indossato sotto forma di soprabito, il cosiddetto *ulster*, così chiamato in riferimento alla stoffa di lana prodotta nell'omonima provincia irlandese. Si tratta di un ampio cappotto da uomo con mantellina corta e cintura, di stoffa di lana pesante, in voga fino agli inizi del ventesimo secolo. Definito anche cappotto *raglàn* dalla tipologia di manica a *raglàn* in cui la pala si estende fino a coprire tutta la spalla o parte di essa per terminare al taglio del collo, diventa nel racconto di Keller codice privato per il travestimento. Tuttavia è molto di più, è protezione e nido.

Il messaggio di questi segni vestimentali può essere facilmente decodificato secondo il codice moda dell'epoca. I vestiti occupano una posizione molto più complessa all'interno della struttura generale dei suoi testi di quanto non suggerisca un primo sguardo. Keller è un autore che filtra l'alfabeto del linguaggio tecnico dell'abbigliamento quotidiano e lo sviluppa in un sistema di significati, chiara manifestazione dell'identità sociale e psicosessuale del protagonista, una tecnica utilizzata, come abbiamo visto, da diversi autori (Reinach, 1988).

La moda ci insegna come l'esperienza del singolo appare inevitabilmente intrecciata all'esperienza collettiva e non è mai casuale. Gli abiti nei testi letterari necessitano di un'interpretazione complessa, che prevede diversi livelli di lettura e propone nella scrittura kelleriana una navigazione in profondità, dove si sviluppa un gioco di numerosi specchi interpretativi. Sono dunque molteplici gli spunti interpretativi di quest'opera, utilizzare l'abito come espressione simbolica dello stato psicologico, dello sviluppo emotivo e come indicatore del comportamento dei protagonisti nel testo letterario, significa individuare tra le righe del racconto raffigurazioni di costumi che raccontano anche storie di moda. Lo strumento della ricerca identitaria dei protagonisti è sempre l'abito, attraverso cui il protagonista ricerca la sua identità, manifesta il suo posto nella società e restituisce nel racconto lo stile della propria epoca.

Riferimenti bibliografici

- Banger H. (1952), *Hauffs Märchen*, Andermann, München/Wien.
- Bänziger H. (1971), *Strapinskis Mantel. Zu einem Motiv in der Erzählung ›Kleider machen Leute*, "Schweizer Monatshefte", 51, 11: 816-826.
- Barthes R. (1959), *Langage et vêtement*, "Critique", 142: 247-259.
- Barthes R. (2006), *Il senso della moda*, Einaudi, Torino.
- Barthes R., Marrone G., Di Leo M., Volpe, S., a cura di (1998), *Scritti. Società, testo, comunicazione*, Einaudi, Torino.
- Bertschik J. (2005), *Mode und Moderne: Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770-1945)*, Böhlau Verlag, Köln Weimar.
- Bouthoul G. (1949), *Traité de sociologie*, Payot, Paris.
- Catalano G. (1998), *Poesia e prosa del secondo Ottocento*, in Freschi M., a cura di, *Storia della civiltà letteraria tedesca. Ottocento e Novecento*, UTET, Torino.
- Fleig A. (2008), *Märtyrer seines Mantels. Gottfried Kellers Novelle Kleider machen Leute*, "Der Deutschunterricht", 60, 4: 31-41.
- Jeziorkowski K. (1984), *Gottfried Keller. Kleider machen Leute. Text, Materialien, Kommentar*, Carl Hanser, München.
- Keller G. (1976), *Die Leute von Seldwyla*, Aufbau-Verlag, Berlin/Weimar; tr. it. *La gente di Seldwyla*, Adelphi, Milano, 2013.

- Müller K.D. (1980), *Brecht-Kommentar zur erzählenden Prosa*, Winkler, München.
- Pinto A. (1978), *Das Mantelmotiv in Kellers Kleider machen Leute und Gogols Der Mantel*, Peter Lang, Bern.
- Proni G. (2015), *Linguaggio e vestito: Roland Barthes e Charles Peirce*, "Rivista italiana di filosofia del linguaggio", numero speciale, 247-256.
- Reinacher P. (1988), *Die Sprache der Kleider im literarischen Text. Untersuchungen zu Gottfried Keller und Robert Walser*, Peter Lang, Bern.
- Sellerberg A. (2008), *La moda*, in Baldini C., a cura di, *Sociologia della moda*, Armando, Roma.
- Simmel G. (1998), *La moda*, Mondadori, Milano.
- Tieck L. (1983), *Die merkwürdige Lebensgeschichte Sr. Majestat Abraham Tonelli*, Verlag der Nation, Berlin.
- Von Gaudy F. (1920), *Tagebuch eines wandernden Schneidergesellen*, Heidrich, Leipzig/Wien.
- Widdig B. (1994), *Mode und Moderne. Gottfried Kellers Kleider machen Leute*, "Merkur", 48, 1; 109-123.

5. *La femme fatale nelle opere dannunziane*

di Eleonora Rimolo

Abstract

The *femme fatale* is the icon of a boundless pleasure: with its means of seduction she becomes a craftswoman of irrepensible passions and destroys the male ego. The intervention traces a linear path that describes the genesis, the role and the context in which the *femme fatale* is born, lives and works in D'Annunzio's works.

Premessa

È noto come tra la seconda metà dell'Ottocento e i primi del Novecento l'attenzione verso la donna si sposti sempre di più verso i suoi aspetti seduttivi, naturalmente identificabili negli oggetti e nei suoi abiti voluttuosi e lussuosi (cfr. Scaraffia, 1987, 46-47). La libertà e la potenzialità sessuale che la donna scopre di avere, e che veicola attraverso gli ornamenti della bellezza, diventa, in ambito letterario, ciò che viene definito con il termine *femme fatale*. La declinazione della *femme fatale* è molteplice: donne di spettacolo, *cocottes*, libertine, vampire, sono tutte accomunate dall'utilizzo di artifici che rendono la loro bellezza irresistibile e immutabile, tutta tesa ad ammaliare l'uomo, seducendolo attraverso gli inganni esercitati dall'uso dell'inorganico (cfr. Milana, 2016, 53). Gabriele D'Annunzio ha il merito di aver teatralizzato, attraverso la *femme fatale*, tutti gli aspetti finora esposti: egli, infatti, pone al centro delle proprie descrizioni femminili il gusto per la moda, i rituali della vita mondana, gli accessori di lusso, l'importanza della toilette, dimostrando di avere una grande passione per l'inorganico, oltre ad essere un esperto di moda femminile e un ottimo interprete della bellezza

artificiale (cfr. Baroncini, 2014, 23), a tal punto da riuscire, nei propri scritti, a fondere e confondere l'amore con la seduzione puramente erotica (cfr. Zancan, 1975, 85). Indicativa, a tal proposito, la poesia di Baudelaire:

De Satan ou de Dieu, qu'importe? Ange ou Sirène,
Qu'importe, si tu rends, – fée aux yeux de velours,
Rythme, parfum, lueur, ô mon unique reine! –
L'univers moins hideux et les instants moins lourds?
(Baudelaire, 2017, 98).

Sono dunque la donna e il guasto decadente per l'inorganico a "permeare tutta la vita e tutte le opere di D'Annunzio" (Squarotti, 1992, 176): verso di loro l'autore prova sentimenti oscillanti tra "l'appagamento sessuale e l'aspirazione alla purezza" (Squarotti, 1992, 58). È in questo contesto che si collocano tutte le *femme fatale* di seguito analizzate.

1. Pamphila, protagonista assoluta del poema paradisiaco (1893)

Gabriele D'Annunzio si definisce attratto dal personaggio di Pamphila per il suo fascino immorale ed impuro: egli la descrive nella raccolta di poesie a lei dedicata come la donna che racchiude in sé tutta la sensualità del mondo, in quanto reincarnazione di Saffo e di Elena. A dare le connotazioni sadiche al personaggio risulta poi determinante l'influsso dello Swinburne di *Poems and Ballads*, ma, secondo Praz, d'Annunzio "non ha né la certezza né la capacità di autoironia di Swinburne" (2007, 411): le "connotazioni metaforico-simboliche" centrali in Swinburne vengono infatti spesso trasformate da d'Annunzio in "elementi decorativi e sensazionali" (Billi, 1988, 157). Alla figura di Pamphila si perviene attraverso una climax preparato dalle precedenti sedici liriche anch'esse appartenenti alla stessa sezione intitolata *Hortus Larvarum* (cfr. Morace, 1973, 179): tali immagini di decadenza aiutano ad introdurre la *femme fatale* Pamphila che "vale, per etimo greco 'da tutti amata'".

Bacerò le sue mani in cui gli unguenti
creato avranno un soprannaturale
candore, tra le cui musiche dita
forse in antico risonò pe' vènti
lesbiaci una lira sul natale

Egèo dove i rosai di Mitilene
aulivan cari a le segrete amiche

di Saffo da la chioma di viola!
(D'Annunzio, 1982, 227)

2. Elena Muti, la *femme fatale* del romanzo *Il piacere* (1881)

Il romanzo, uno dei più famosi dell'autore, può essere considerato un diario personale delle esperienze romane dell'autore dal 1884 al 1888 (cfr. Raimondi, 1980, 49) e presenta il fascino oscuro, tenebroso di Elena Muti attraverso una serie di elementi esteriori quali movenze, abiti, accessori, sguardi che seducono il protagonista Andrea Sperelli in maniera irrimediabile:

Il mantello foderato d'una pelliccia nivea come la piuma de' cigni, non più retto dal fermaglio, le si abbandonava intorno al busto lasciando scoperte le spalle. Le spalle emergevano pallide come l'avorio polito, divise da un solco morbido, con le scapule che nel perdersi dentro i merletti del busto avevano non so qual curva fuggevole, quale dolce declinazione di ali; e su dalle spalle svolgevasi agile e tondo il collo; e dalla nuca i capelli, come ravvolti in una spira, piegavano al sommo della testa e vi formavano un nodo, sotto il morso delle forcine gemmate (D'Annunzio, 2015, 42).

Lo svolgimento della storia d'amore tra Elena e Andrea si consuma tra erotismo ed estetismo: il loro legame di natura erotica giunge ad "una spiritualizzazione del gaudio carnale" (D'Annunzio, 2015, 90) che ricerca nei piaceri "il sommo, l'insuperabile, l'inarrivabile" (D'Annunzio, 2015, 87). Elena è il frutto del massimo godimento d'amore che però Andrea non riesce mai a cogliere del tutto: ella impiega tutti i suoi artifici in maniera conturbante per sottomettere psicologicamente Sperelli, che sviluppa un atteggiamento perverso e feticista nei confronti degli abiti che indossa e dei particolari del suo corpo (Milana, 2016, 74-75):

Quando tornava nella stanza, dopo essersi vestita, mettendo i guanti o chiudendo un fermaglio sorrideva in mezzo a quella devastazione; e nulla eguagliava la grazia dell'atto che ogni volta ella faceva sollevando un poco la gonna ed avanzando prima un piede e poi l'altro perché l'amante chino legasse i nastri delle scarpe ancora disgiunti (D'Annunzio, 2015, 7).

La donna porrà poi fine alla relazione senza fornire una motivazione plausibile, e questo, come è noto, porterà gradualmente il protagonista alla pazzia, attraverso la ricerca e la sovrapposizione della figura di Elena a quella della donna passiva ed innocente – sua rivale in amore – che ha nome Maria Ferres. Anche la caratterizzazione psicologica di Maria Ferres è strettamente dipendente dal suo modo di abbigliarsi: il suo muoversi leggero e fluente,

infatti, viene quasi arginato o celato da un abbigliamento e da un modo di atteggiarsi del tutto sobrio, equilibrato, improntato alla riflessività. Tre sono i lacci che sembrano “trattenere” Maria, avvolta in un abito del tutto diverso dalla pelliccia di Elena che, nel suo svolazzare, le stava scivolando via, lasciando nude le sue spalle:

[...] componevasi di molte pieghe, diritte e regolari, che si partivano di sotto il braccio. Un largo nastro verdemare, del pallore d’una turchese malata, formava la cintura e cadeva con un sole grande cappio giù pel fianco. Le maniche ampie, molli, in fittissime pieghe all’appiccatura, si restringevano intorno i polsi. Un altro nastro verdemare, ma sottile, cingeva il collo, annodato a sinistra con un piccolo cappio. Un nastro anche uguale legava l’estremità della prodigiosa treccia (D’Annunzio, 2015, 7).

3. Ippolita Sanzio, l’amante di Aurispa nel *Trionfo della morte* (1894)

Il *Trionfo della morte* si snoda attraverso un gioco perverso del protagonista Giorgio Aurispa tra repressione e timore del sesso, che sfocia in una violenta furia erotica scatenata ai danni di Ippolita, la sua amante (Ferrari, 1963, 120-121): i capelli della *femme* Ippolita sono descritti come “attorti come in una voluta”, “neri e lucidi”. Le arti ammaliatrici di Ippolita spingono Giorgio a credere che la donna voglia ucciderlo, sfiancandolo fisicamente e mentalmente attraverso i suoi artifici erotici, spingendolo a regredire fino alla condizione infantile (cfr. Milana, 2016, 100). La donna ha acquisito un potere straordinario a tal punto che, assolutamente immobile davanti a Giorgio Aurispa, non ha più bisogno di danzare per sedurlo: da vera icona moderna a lei basta far rivivere il “concetto” di danza. Allora, similmente ad un arbusto, ma senza più alcun legame con il vento, è lei stessa che, con i piedi ben saldi sul terreno, “auto-scuote” il suo corpo, generando il movimento nei capelli e nelle vesti, gli elementi del *pathos* warburghiano: “Disciolse i suoi capelli, discinse le sue vesti, si agitò come un arbusto dalle foglie odorifere per rendere tutto il suo profumo” (D’Annunzio, 1988a, 1004).

4. Foscarina, la donna amata da Stelio Effrena ne *Il fuoco* (1900)

Anche Foscarina è una *femme fatale* tratta dalla biografia dannunziana e si sovrappone alla figura di Eleonora Duse, donna realmente amata da D’Annunzio: la bellezza di questa *femme fatale* è assolutamente irresistibile, l’eleganza del suo vestire – “pareva portare in sé per lui nelle pieghe delle sue vesti raccolta e muta la frenesia delle moltitudini lontane” (D’Annunzio,

2001, 222) – e gli abbellimenti tipici della donna nobile di inizio Novecento irretiscono il protagonista Stelio Effrena, che però intravede in lei una bellezza decadente sul punto di sfiorire, un oscuro fascino dell’ormai prossimo decadimento fisico (e anche qui vi è un avvicinamento a Persefone), come un sole che splende poco prima di tramontare:

Uno sguardo le adunò negli occhi esperti tutta la bellezza diffusa per l’ultimo crepuscolo di settembre divinamente [...]. Tra le palpebre che morivano, tra le labbra che morivano, il bianco degli occhi, il bianco dei denti brillarono come le cose che brillano per l’ultima volta (D’Annunzio, 2001, 116).

Certo la bellezza degradata di Foscarina la fa apparire meno fatale delle altre donne dannunziane, ricordando il ritratto della *melancholia* düreriana, e quando la donna si rende conto che la primavera è arrivata “ai tre Porti”, chiara come una rivelazione le nasce dentro la certezza di essere una notturna e sterile Persefone che non potrà rinascere quale giovane Core della stagione novella (cfr. Gibellini, 2009, VI-VII). Ella vede “su le sue ginocchia le sue proprie mani deformi”, “le rughe su la sua faccia, i denti falsi... i capelli posticci” e si meraviglia persino “della sua propria persistenza a lottare contro i guasti dell’età, ad ingannar sé medesima, a ricomporre ogni mattina la ridevole illusione con le acque, con gli olii, con gli unguenti, con i bellotti, con le tinte” (Zanetti, 1996, 380-381).

Commentato [FF64]: minuscolo

5. Pantèa, la cortigiana irresistibile del *Sogno d’un tramonto d’autunno* (1897)

Il “poema tragico” *Sogno d’un tramonto d’autunno* in unico atto onirico presenta una seducente cortigiana di nome Pantèa. Sulle acque del Brenta si svolge una festa dionisiaca in onore della donna, navigante verso Venezia sul suo Bucintoro (il “Bucentoro della meretrice”) accompagnata dal suo giovane amante. La meretrice ha un aspetto fortemente seducente, assolutamente calzante al suo ruolo di *femme fatale*; così la descrive danzante una delle spie della sua rivale d’amore (Sinisi, 2007, 49-61):

Pantèa danzava su la tavola tra i vetri, senza rompere una coppa, e tutte le coppe erano colme; ed ella aveva i piedi nudi con due alette appiccate alle caviglie, fatte di perle e di balasci; [...] senza vergogna, sali su la prua d’oro, si mostrò a tutti quegli uomini, si gettò a tutti quegli occhi come alle fiamme, non avendo sul corpo se non le due alette di gemme. E tutti deliravano di brama, e gridavano: “Pantèa! Pantèa!” come s’ella fosse divina (D’Annunzio, 1995, 36-37).

E ancora:

[...] davanti a un arpicordo, ed ella s'era posta a giacere sul coperchio dell'istrumento e aveva disciolta la capellatura; e il suo viso era presso a quello del sonatore e una lista de' suoi capelli passava intorno al collo di lui, e così egli toccava l'arpicordo ed ella cantava con una voce sommessa quasi nell'orecchio a lui che s'inclinava (D'Annunzio, 1995, 38).

Pantèa viene rappresentata come avvenente, circondata da una sorta di aurea leggendaria, mitica, dotata di una forma di seduzione irresistibile e mutuata da una sirena a cui avrebbe succhiato l'anima, con due occhi di colore diverso – azzurro e nero –, con i seni della forma di quelli di Elena di Troia.

6. Elena Comnèna, l'“imperatrice” della tragedia *La gloria* (1887)

La superfemmina fatale in questa tragedia è Elena Comnèna, la moglie di Cesare Bronte, chiamata “l'imperatrice Trebisonda” (D'Annunzio, 1988b, 251). Qui tutto il fascino della *femme fatale* si concentra in una forza esclusivamente distruttiva ai danni di Ruggero Fiamma, che combatte per la signoria di Roma contro un dominatore già vecchio, appunto Cesare Bronte, al quale strappa infine il potere e la splendida amante Comnèna. Impossibile non rimanere invischiati nella trappola seduttiva della donna: la Comnèna è “capace di mettere a fuoco il mondo” (D'Annunzio, 1988b, 361) e quando lei appare sulla scena viene descritta con la faccia avvolta da un velo denso, attraverso il quale “rilucono le scaglie metalliche del cappello simile a un elmetto alato. Nel drappo fosco, che le serra la persona straordinariamente pieghevole e vigorosa, ogni moto rivela le lunghe onde lucide che vi sono intessute” (D'Annunzio, 1988b, 361). Come gioiello, poi, lei porta una piccola testa di Medusa (Mariano, 1978, 34). Ambiziosa e corrotta, Elena non è capace di provare amore: la sua smania di potere la conduce a odiare e a uccidere il marito, a cercare una nuova vittima (Ruggero) e ad ammaliarla con le sue armi di seduzione, utilizzandola come strumento per il raggiungimento dei propri sogni di gloria:

Non v'è nulla ch'ella non sappia
Osare o soffrire: ecco il segreto. In lei
Ogni impulso tende a convertirsi in un
Atto decisivo e pieno. V'è penso,
dentro di lei uno stato continuo di
tempesta, donde partono di tratto
in tratto scariche elettriche d'un estrema energia...
(D'Annunzio, 1988b, 124)

7. Teresa Raffo e Giuliana Hermil, donne fatali del romanzo *L'innocente* (1892)

L'innocente è il secondo dei *Romanzi della rosa* e si caratterizza per la compresenza di due *femme fatale*: una, dalle caratteristiche tipiche della seduttrice, di nome Teresa Raffo, amante del coniugato Tullio Hermil, e un'altra, anomala e particolareggiata rispetto a tutte le *femme fatale* finora analizzate, ossia Giuliana Hermil, moglie di Tullio. Giuliana, infatti, è una donna succube del marito e ben disposta a perdonare tutti i tradimenti di quest'ultimo per il bene della famiglia borghese. Tuttavia, nel corso del romanzo, il suo ruolo si tramuta da passivo ad attivo, riuscendo infine a dominare il marito e le sue scelte, spingendolo a compiere un gesto estremo e deprecabile come l'uccisione di un innocente bambino nato dalla relazione clandestina di Giuliana con uno scrittore dal tragico destino, Filippo Arborio (cfr. Giordano, Neiger, 1994, 118). E così Giuliana, dopo aver tradito – e grazie al fatto di aver tradito – ritorna estremamente desiderabile agli occhi del marito: in seguito all'attrazione che la donna-madre prova per un uomo diverso da lui, infatti, l'aspetto fisico della donna subisce una metamorfosi (cfr. Barilli, 1993, 76-77). Tullio, al termine di una passeggiata dopo il trasferimento nella casa di campagna vede camminare Giuliana verso di lui e osserva riemergere le arti seduttive di sua moglie, riaffiorare i tratti fatali del suo corpo e del suo abbigliarsi che un tempo li avevano saldamente legati l'uno all'altro in un'estasi erotica che con la maternità era andata scemando:

Un piede, su cui si premeva il peso del corpo, avanzava l'estremità della veste, mostrando un po' della calza cinerina e la babbuccia brillante. Tutta la figura, in quell'attitudine, in quella luce, aveva una straordinaria forza di seduzione. [...]. Allora fu che, d'improvviso, come per una rivelazione fulminea, io rividi in lei la donna desiderabile e nel mio sangue si riaccessero il ricordo e il desiderio delle carezze (Barilli, 1993, 420).

8. Basiliola, la vendicatrice della tragedia *La nave* (1905-1906)

La tragedia viene scritta tra il 1905 e il 1907 e la *femme fatale* che ne è la protagonista si chiama Basiliola, figlia di Orso Faledro, un tribuno pagano che è stato destituito ed accecato, assieme ai suoi figli, dai Gratici, suoi avversari: la sua bellezza funesta viene utilizzata dalla donna per compiere una vendetta contro i carnefici della propria famiglia. Ella userà l'unica arma che ha, la più infallibile, e cioè quella erotica: “Volubilmente la donna distrugge l'incanto ch'ella ha creato; e tutta la sua bellezza, rotta l'immobilità, par che

si rinnovelli nella successione delle imprevedute movenze” (D’Annunzio, 1968, 110).

La sua bellezza dal sapore nefasto si abbatte in una laguna veneta, e vedendola giungere dal mare, il suo aspetto è quello di una sirena ammalatrice: “Una sirena è sul mare” (D’Annunzio, 1968, 33). Nel *primo episodio* vediamo come il fascino di Basiliola abbia già colpito fino alla febbre un prigioniero, Glauro il tagliapietre, indossando gli stessi gioielli della Salambo dell’omonimo scritto flaubertiano, e danzando come la Salomè di Herodias:

Ella ha il passo “tacito e lieve della lonza [...], porta una tunica molle che scende fino ai piedi da cui [...] traspariscono le bianche braccia. [...] La grande capellatura, che i marinai da lungi avean veduto rosseggiar su la tolda, le scende più giù dalla cintola ricca, più giù dei lombi potenti, insino al pòplite” (D’Annunzio, 1968, 72).

9. Isabella Inghirami, superdonna nel romanzo *Forse che sì forse che no* (1910)

Isabella Inghirami è una donna sensuale, attraente, perversa, sadica e nevrotica; una vera e propria instabile serpentina, che sa essere tenera fino alla commozione, ma anche spietata fino alla devastazione durante il suo inquieto e continuo muoversi tra le pagine del romanzo alla ricerca di un equilibrio interiore che le è negato (cfr. Pater, 1917, 109). Con *Forse che sì* (1910) è la superdonna a soccombere e non l’uomo: Paolo, infatti, sopravvive alla misera vicenda, mentre Isabella viene risucchiata dal vortice della distruzione psichica. Per tale ragione, ella non rappresenta più “soltanto la *femme fatale*’ di fine secolo, ma anche la donna emancipata ed eccentrica del primo Novecento che, dopo l’automobile non disdegna neppure l’aeroplano” (Raimondi, 1989, XXXIX): accanto al protagonista suo amato Paolo Tarsis lei sfreccia in decappottabile con il suo “gran velo ora grigio ora argentino” (D’Annunzio, 1998, 521) che sbatte freneticamente al vento. La prima immagine di Isabella è quella della *femme fatale* tradizionale, e cioè di una donna con attributi femminili adolescenziali quasi scolpiti da uno scultore minimalista che, durante la folle corsa in macchina a fianco di Paolo, “guardava la morte e non credeva alla morte” ed eccitata dalla velocità, si trasformava in:

Un solo istinto vitale dalla nuca al tallone, imitando il guizzo delle rondini vive che schivavano il cofano pieno di fremito [...] le lunghe gambe lisce come quelle dei chiari crocifissi d’argento levigate da mille e mille labbra pie; l’esiguità delle ginocchia agevoli in cui era il segreto del passo talare; le piccole mammelle sul petto largo come il petto delle Muse vocali, dall’ossatura palese, di sotto i muscoli smilzi; e le braccia non molli ma salde, che pur sembravano portare la più fresca freschezza

Commentato [FF65]: Aggiungere forse che no?

della vita come una ghirlanda rinnovata a ogni alba; e chiuse nei guanti flosci le magre mani fino alle unghie screziate di bianco, sensibili come il cuore purpureo, ricche di un'arte più misteriosa che i segni scritti nelle palme; e tutto il calore diffuso sotto la pelle come una stagione dorata, e l'inquietudine delle vene, e l'odore profondo (D'Annunzio, 1998, 523).

Varcata la soglia di Palazzo Ducale, Isabella si svelerà completamente, togliendosi il velo e il mantello e iniziando a salire lungo una vasta scala; e Paolo la descrive così:

Il gioco dei suoi ginocchi creava nella sua gonna una specie di eleganza interiore, una grazia alterna che di dentro animava ogni piega. [...] Non lo guardava ella ma assisteva nel suo proprio corpo al fluire e all'adunarsi d'un mistero ch'ella non dominava e che pure le apparteneva più dell'intima sua midolla. E all'improvviso dal suo corpo, dalla sua grazia, dalla sua potenza, dalle pieghe della sua veste, da tutte le linee della sua persona, da quel ch'era la sua vita e da quel ch'era opposto alla sua vita – con la fatalità dell'acqua che va alla china, del vapore che tende all'alto – si formò qualcosa di breve e d'infinito, qualcosa di fuggevole e di eterno, di consueto e d'incomparabile: lo sguardo, quello sguardo (D'Annunzio, 1998, 534-535).

Ella seduce fatalmente Paolo utilizzando come di consueto tutta una serie di atteggiamenti che, fusi con vesti e accessori di rara eleganza, risulteranno estremamente erotizzanti:

Un qualunque atto dell'esistenza quotidiana – il togliersi il guanto lentamente facendone strisciare la pelle su la lieve lanugine del braccio; il togliersi la lunga calza di seta [...] – un qualunque atto comune prendeva da lei tanta forza espressiva che lo sguardo mirandolo si rammaricava di non poterlo fermare in perpetuo (D'Annunzio, 1998, 654-655).

Il culmine del processo di seduzione nei confronti di Paolo si compie una sera di luna piena nella casa sulla marina pisana in cui Isabella si rivela non più “la donna sadomasochistica che deride e allontana l'uomo, ma l'ammaliatrice che si concede, che attrae a sé l'amante con l'incanto della danza, della narrazione fantastica, dei giochi erotici, di metamorfosi sempre nuove” (D'Annunzio, 1998, XXXVI). Questo è il momento magico in cui il mare diventa “il divino peplo della Sera, una veste dalle pieghe tanto soavi”, che Isabella ne avrebbe desiderato possedere “un lembo” (D'Annunzio, 1998, 699) con cui avvolgere la propria pelle. Si allontana così da Paolo, ritornando vestita solo di un leggero drappo e nascondendo sotto un involucro un oggetto misterioso:

Ella era avvolta in una di quelle lunghissime sciarpe di garza orientale che il tintore alchimista Mariano Fortuny immerge nelle conce misteriose dei suoi vagelli. [...]

certo alla sciarpa d'Isabella Inghirami egli aveva dato l'impiumo con un po' di roseo rapito dal suo silfo a una luna nascente (D'Annunzio, 1998, 700).

Ecco come, alla luce delle analisi fin qui condotte della *femme fatale* dannunziana, appare chiaro che la tensione erotica di cui la seduttrice si fa portatrice rimanga una costante della narrazione; una tensione che si alimenta soprattutto attraverso quel corredo di monili, tessuti, gioielli i quali, coniugati con la bellezza estetica della donna, risultano assolutamente irresistibili e diventano un'arma infallibile di conquista, il cui esito muta assieme al contesto letterario e alle volontà dell'autore.

Riferimenti bibliografici

- Barberi Squarotti G. (1992), *La scrittura verso il nulla*, Genesi, Torino.
- Barilli R. (1993), *D'Annunzio in prosa*, Mursia, Milano.
- Baroncini D. (2014), *Artifici del piacere*, Carocci, Roma.
- Baudelaire C. (2017), *I fiori del male e tutte le poesie*, a cura di M. Colesanti, Newton Compton, Roma.
- Billi M. (1988), *D'Annunzio e Swinburne: modelli e figure in Gabriele d'Annunzio e la cultura inglese e americana*, in Nerozzi Bellman P., a cura di, *Gabriele D'Annunzio e la cultura inglese e americana*, Atti del Convegno, Pescara 12-13 dicembre, Zolfanelli, Chieti.
- D'Annunzio G. (1968), *La nave*, in *Tragedie, sogni e misteri*, vol. II, Mondadori, Milano.
- D'Annunzio G. (1982), *Versi d'amore e di gloria*, Mondadori, Milano.
- D'Annunzio G. (1988a), *Il trionfo della morte*, in *Prose di romanzi*, vol. I, Mondadori, Milano.
- D'Annunzio G. (1988b), *La gloria*, in *Prose di romanzi*, vol. I, Mondadori, Milano.
- D'Annunzio G. (1995), *Sogno d'un tramonto d'autunno*, in G. Antonucci, a cura di, *Tutto il teatro*, Newton Compton, Roma.
- D'Annunzio G. (1998), *Forse che si forse che no*, Mondadori, Milano.
- D'Annunzio G. (2015), *Il piacere*, Mondadori, Milano.
- Ferrari C. (1963), *Gabriele D'Annunzio, studio del sentimento e filosofia dei personaggi*, Ass. Amici del Vittoriale, Gardone Riviera.
- Gibellini P. (2009), *Introduzione*, in D'Annunzio G., *Il fuoco*, BUR, Milano.
- Giordano E., Ada N. (1994), *All'insegna della femme fatale*, New magazine, Trento.
- Mariano E. (1978), *Il teatro di D'Annunzio*, *Quaderni del Vittoriale*, settembre-ottobre, 11.
- Milana I. (2016), *D'Annunzio e le donne della rosa*, Mimesis, Milano.
- Morace A.M. (1973), *D'Annunzio "Paradisiaco" in D'Annunzio e il simbolismo europeo*, in Mariano E., a cura di, *D'Annunzio e il simbolismo europeo*, Atti del convegno di studio Gardone Riviera, 14-15-16 settembre, Il Saggiatore, Milano.

- Pater W. (1917), *La renaissance*, Librairie Payot et Cie, Paris.
- Praz M. (2007), *La carne, la morte, il diavolo, nella letteratura romantica*, BUR, Roma.
- Raimondi E. (1980), *Il silenzio della gorgone*, Zanichelli, Bologna.
- Raimondi E. (1989), *Prose di romanzi*, vol. II, *Introduzione*, Mondadori, Milano.
- Scaraffia G. (1987), *La donna fatale*, Sellerio, Palermo.
- Sinisi S. (2007), *Malie e malefici d'amore nel "Sogno d'un tramonto d'autunno"*, in *La scrittura segreta di d'Annunzio*, Bulzoni, Roma.
- Zancan M. (1975), *Il doppio itinerario della scrittura*, Longo, Ravenna.
- Zanetti G. (1996), *Estetismo e modernità – Saggio su Angelo Conti*, Il Mulino, Bologna.

6. *Oggetti della moda e mode-oggetto.* *Quando Pasolini urlava contro la modernità*

di Giancarlo Guercio

Abstract

In the dense panorama depicted by Pasolini, starting from the literary works to get to the theatrical and cinematographic ones – without neglecting the suggestive poetic pages – there is a considerable presence in the relationship with the fashions and customs of a certain era, often considered by the intellectual as the symptom of degradation and human degeneration. To expose his intense reflections on the causes of an inevitable decay or the wrong choices of a civilization now blurred from the turns of consumerism.

1. Pasolini contro l'omologazione e la modernità

Ora tutta quella folla di personaggi che era a disposizione della mia fantasia di romanziere non potevano più dirsi 'simboli'. Essi erano casuali parti di un tutto, divenuti misteriosamente totalità, ossia uomini. Facevano caoticamente parte della realtà, potevano essere dominati da una mente ordinatrice solo a patto di essere astratta e generalizzante. Essi erano insomma il disordine. [...] L'antagonista ero io (Pasolini, 1992, 445).

Questa citazione di Pasolini, tratta da *Petrolio*, uno dei suoi testi più discussi e controversi, romanzo non finito che raccoglie scritti tra il 1963 e l'anno dell'uccisione dell'autore avvenuta nel '75, ci consente di chiarire quello che fu il pensiero dello scrittore intorno alla modernità, alla moda e alle mode. Pasolini, nel passo appena riportato, dopo aver rappresentato il conflitto immanente tra ordine e disordine e riconoscendo nella totalità di "tutta quella folla di personaggi" il disordine generato dalla perdita del valore simbolico, si dissocia in maniera piuttosto esplicita dalle espressioni e

dalle rappresentazioni della pluralità a lui contemporanea sentendosi di esse antagonista.

L'accanito disappunto che Pasolini sollecita all'interno della sua sempre densa scrittura si riferisce a una riflessione molto acuta e raffinata intorno ai comportamenti umani, alle rappresentazioni di una società "nuova" che agisce in maniera fenomenicamente diversa rispetto al credo, agli usi e alle mode della società immediatamente precedente agli eventi bellici. Mutano i sistemi sociali e culturali e di fatto subiscono una variazione anche le abitudini. Ovunque imperversa il bisogno di tracciare un itinerario nuovo che coinvolge il mondo politico, quello economico, i gruppi di intellettuali e le società più popolari. Tra i vari studiosi di questo fenomeno troviamo, ad esempio, Romano Lupérini (1971), che compone un esaustivo quadro soprattutto sui contesti sociali e culturali del primo dopoguerra.

Pasolini si inserisce all'interno di questa intensa riflessione innanzitutto da intellettuale e attento osservatore delle dinamiche sociali e culturali. Egli, anche anagraficamente, si trova a metà tra un'epoca per molti versi secolare e una nuova prospettiva. Segna, con la sua esistenza, lo spartiacque tra il prima, di cui riconosce le tracce e il loro profondo valore semantico, e una prospettiva verso un futuro che non gli appartiene e che, nella sua concezione, non appartiene all'umanità.

Il periodo postbellico, infatti, è caratterizzato dalla volontà, fortemente sostenuta dalla società moderna, di lasciare il passato alle spalle e con esso tutti i tratti identificativi di un'epoca che doveva ad ogni modo essere superata. Atteggiamento tipico di quell'"a priori storico" argomentato da Foucault che, nel saggio *Le parole e le cose* (1966), riconosce come i cambiamenti radicali che determinano un passaggio da un periodo storico al successivo siano riconducibili a concetti, idee, abitudini e concezioni del mondo che lasciano il posto ad altre *Weltanschauungen* in modo non continuo ma discontinuo.

Pasolini sente forte questa discontinuità. La vive carnalmente e la subisce provandone angoscioso dolore. Nella sua scrittura, i tratti del passato sono sovente contrapposti ai nuovi aspetti del presente: questi ultimi, per quanto apparentemente vivi, spesso appaiono più irreali e più smorti dei primi. Eclatante in tal senso è *Un solo rudere*, una delle poesie più suggestive dell'autore tratta dalla raccolta *Poesie in forma di rosa*: "Un solo rudere, sogno di un arco, di una volta romana o romanica [...]. Lì ridotto, il rudere è senza amore. Uso e liturgia, ora profondamente estinti, vivono nel suo stile – e nel sole – per chi ne comprenda presenza e poesia". Nella prima parte il componimento propone la contrapposizione tra un rudere abbandonato e gli elementi della modernità: l'Appia, la Tuscolana: "lì tutto è vita, per tutti. Anzi, meglio è complice di quella vita chi stile e storia non ne sa. [...] Migliaia,

migliaia di persone, Pulcinella d'una modernità di fuoco [...] s'incrociano [...] contro l'Ina-case sprofondate nel cielo" (Pasolini, 1964, 23-24).

Usando immagini di profonda suggestione, il poeta ci mostra i segni di due epoche – seppur adiacenti per tempo e luoghi – sideralmente opposte. Il rudere da un lato e i nuovi palazzi dell'Ina-case dall'altro sono i ritagli di una "veste" urbanistica che nella visione dell'intellettuale friulano coincide con gli aspetti delle persone, fatte di operai, di ragazzi di vita, di contadini ormai modernizzati o, come definirà ancora in *Petrolio*, di "meridionali settentrionalizzati". In questa trasmutazione ideologica e sociale, gli individui sono divenuti i personaggi della civiltà del consumismo, i pulcinella di una modernità di fuoco.

La terribile denuncia di Pasolini è tutta volta nei confronti di una modernità che tanto nella parte sostanziale quanto in quella estetica e formale non ha saputo rinnovare la significazione intrinseca dei veri tratti umani: il vecchio, superato ma ben definito nella sua precisa semantica, è stato sostituito col nuovo, figlio del solo consumismo. Le mode e gli usi che si rincorrono a partire dai primi anni Cinquanta diventarono ben presto oggetto di studi da parte di attenti osservatori e studiosi interessati alle dinamiche umane. Tra essi risultano particolarmente interessanti gli esiti delle ricerche del semiologo francese Roland Barthes che in *Miti d'oggi* (1994), scritti tra il 1954 e il 1956, promuove una demistificazione delle mitologie contemporanee, una vera critica ideologica applicata al linguaggio della cultura di massa.

La denuncia, la condanna vera promossa da intellettuali come Pasolini si scaglia contro

l'omologazione culturale che ha il potere di cancellare dall'orizzonte le piccole patrie, le cui luci brillano ormai nel rimpianto, memorie sempre più labili di stelle scomparse. Come polli d'allevamento, gli italiani hanno indistintamente accettato la nuova sacralità, non nominata dalla merce e dal consumo: è questa la nuova società nella quale oggi ci muoviamo, testimoni e vittime dei lutti culturali (1975, 23).

Sono le parole feroci che Pasolini consegna al quotidiano spagnolo *Corazon* oggi raccolte negli *Scritti corsari* e che evidenziano dipanando ogni dubbio sull'azione di contrasto da lui intrapresa, azione che diventa l'*humus* della sua intera produzione, tanto letteraria quanto cinematografica, poetica e teatrale.

Gli italiani sono considerati ormai come polli di allevamento, ingabbiati nelle briglie del commercio e del consumo, fautori di morte della cultura e del sacro.

Gli aspetti della società nuova, le forme quindi della moda, del costume, non rappresentano i segni e i sensi di una civiltà, così come era avvenuto

fino a qualche decennio prima. Per quanto povere e arretrate, le genti delle civiltà ormai superate, conservavano i tratti autentici della dignità e dell'autenticità: attraverso la rappresentazione estetica dei costumi – come abiti o come modalità di esistenza – gli individui “antichi” riuscivano a incarnare il senso di quella intelligibile sacralità umanata attraverso l'espressione di segni e di sensi collettivi.

È, difatti, proprio nella relazione tra l'io e la collettività che assume un ruolo fondamentale l'abito che non ha soltanto valore di abbigliamento estetico ed esterno alla persona ma diviene soprattutto una rappresentazione dell'*habitus* mentale dell'individuo. Nasce così, del resto, il forte nesso tra l'abito e l'identità di chi lo indossa e Cristina Giorcelli ha evidenziato come la “dialettica tra abito e identità sfiori le categorie del pensiero metafisico”. “L'abito – scrive la Giorcelli – è comunicazione e informazione che partecipa della più generale illusorietà, allusività e simulazione: l'io si veste e si tra-veste nel grande teatro del mondo” (1995, 6).

La chiave di lettura offerta dalla Giorcelli ci permette di sostenere la riflessione che qui si propone, riferendoci all'atteggiamento usato da Pasolini nei confronti del conformismo e dell'omologazione. Se per il suo valore relazionale l'abito, o in generale l'oggetto della moda, è un elemento della comunicazione e uno scambio di informazioni, detiene cioè quei valori semantici che suscitano l'illusorietà, l'allusività, la simulazione, la rappresentazione che ne deriva per il tramite dell'abito stesso è la manifestazione di un *semeion*, di un segno intelligibile e per questa prerogativa assume una valenza collettiva e universale.

2. Il passato e il presente nella simbologia dei segni estetici

La condanna che muove Pasolini contro la modernità è proprio incentrata intorno a questo tema. Egli di fatto si accanisce contro una certa ignoranza che porta a disconoscere il valore e il senso dei simboli e dei segni. Per questa ragione riconosce soltanto nel passato quel contesto in cui possa collocarsi la civiltà e in cui egli stesso si inserisce. Vive così l'angoscia dell'assenza dei simboli e dei segni, pur percependoli nella loro terribilità, nella moltitudine di voci e di suoni che percepisce, rintraccia e raccoglie tra gli elementi “di una civiltà sepolta”; vive così la distanza con l'epoca a lui contemporanea, fatta di feticci e simulacri irriconoscibili anche a chi li adotta e vive. Non c'è civiltà nella sua epoca, non c'è senso nei linguaggi o nelle forme assunte dagli individui nuovi. Ciò che si impone è la massificazione senza senso, senza amore, senza il sacro. Nel saggio *Il senso della moda*, Roland Barthes ci ricorda che se “produttori e consumatori dell'indumento

avessero una coscienza identica, l'indumento non si comprenderebbe (e non si produrrebbe) che secondo i tempi lentissimi della sua usura. Ma la moda, come tutte le mode, poggia su una disparità delle due coscienze: l'una deve essere estranea all'altra" (2006, 121). Ci offre, Barthes, una traiettoria per intercettare il senso della scrittura pasoliniana. L'autore de *Le ceneri di Gramsci* ha somatizzato il significato della disparità delle coscienze cui allude il semiologo francese. La rappresentazione estetica con cui si esibisce le modernità è, secondo Pasolini, priva di coscienza, uso e liturgia ora completamente estinti vivono nei ruderi oltraggiati dalla moltitudine che ne offende reiteratamente il valore. Si è ottenuta la perdita del sacro.

Nel saggio *I miti del nostro tempo* Galimberti conferma come

L'evoluzione tecnico-economica della civiltà industriale e post-industriale ha notevolmente modificato il sistema tradizionale dei simboli per cui, con l'aumento dei mezzi di comunicazione di massa, sono diminuiti i modelli etnici. La simbologia europea ha sostituito un po' ovunque il tipo di abbigliamento regionale provocando una sorta di disintegrazione etnica che ha portato per gli individui alla perdita dei legami con la struttura (2009, 86).

Comprendiamo allora quanto l'elemento della moda, il dato immediatamente esterno all'individuo, che copre e perfeziona l'immagine della persona, abbia un valore semantico di carattere universale. Il corpo, quel "carniere di segni che è il corpo" (Baudrillard, 2015, 57) nel panorama della modernità omologata, perde il suo valore di autenticità per svilirsi a cosa tra le cose.

Trova forse proprio in questi termini una motivazione plausibile la lettura di una certa scrittura pasoliniana che è infestata di corpi di giovani, o di parti di corpi, tutti uguali, inseriti in una spasmodica carrellata di carne deprivata dei suoi tratti più autentici: manca, in quei ragazzi, nei loro occhi, la vita e la verità della vita.

Le tendenze della modernità nei ragazzi rappresentati da Pasolini in opere come *Ragazzi di vita* o *Petrolio* o caso ancor più emblematico attraverso la rappresentazione del protagonista di *Teorema* hanno esercitato un'azione di rimozione, una deprivazione di identità allontanando finanche quei residui mnestici che avrebbero potuto restituire un segno, una traccia, un'identità.

Automi di una società che soggiacciono solamente ai dettami dell'omologazione. Appare inquietante una riflessione del nostro raccolta in *Scritti corsari* allorquando riflette sul senso delle culture (quella degli scienziati, quella della classe dominante, quella popolare) e dell'omologazione. Afferma:

Per molti secoli in Italia queste culture sono state distinguibili anche se storicamente unificate. Oggi – quasi di colpo, in una specie di Avvento – distinzione e unifica-

Commentato [FF66]: Corretto?

zione storica hanno ceduto il posto a una omologazione che realizza quasi miracolosamente il sogno interclassista del Vecchio Potere. A cosa è dovuta tale omologazione? Evidentemente a un nuovo Potere (Pasolini, 1975, 93).

Quella di Pasolini è dunque una contestazione al conformismo che accomuna numerosi altri intellettuali a lui contemporanei, tra cui Moravia e Penna. Un contributo prezioso che aiuta compiutamente a riflettere su questo tema è ad esempio il saggio di Angelo Favaro, *Moravia, Pasolini e il conformismo* (2018). Ciò che emerge dalla riflessione è il profondo disagio che provano numerosi intellettuali di quegli anni rispetto alle nuove forme della società, delle sue mode e dei suoi fenomeni. La deprivazione del vero dalla nuova umanità turba gli animi sensibili di personalità complesse come quella di Pasolini, personalità che si riducono a subire il fastidio di vivere tra gli uomini e le cose, finendo per vivere come alienati. Personaggi scomodi, profeti inascoltati in un deserto di corpi privi d'anime, hanno tuttavia avuto il coraggio di urlare le loro verità contro il conformismo e contro le minacce della modernità. Resta certamente emblematica l'intervista di Pasolini pubblicata il 9 dicembre del 1973 sul *Corriere della Sera* sui danni che avrebbe provocato il nuovo mezzo di comunicazione, la televisione, elemento più di moda che di servizio. Egli, in modo perentorio e scandaloso, arriva ad affermare:

Nessun centralismo fascista è riuscito a fare ciò che ha fatto il centralismo della civiltà dei consumi [...] Per mezzo della televisione è cominciata un'opera di omologazione distruttrice di ogni autenticità e concretezza. Ha imposto i suoi modelli, voluti dalla nuova industrializzazione che non si accontenta più di un uomo che consuma, ma pretende che non siano concepibili altre ideologie che quella del consumo. Un edonismo neolaico, ciecamente dimentico di ogni valore umanistico e ciecamente estraneo alle scienze umane (Pasolini, 1973).

E risulta addirittura paradossale un risvolto che ci consente di mettere in stretta relazione Pasolini con la moda. Nei decenni che si sono succeduti alla morte dell'intellettuale friulano e considerati gli elementi anche di particolare suggestione che hanno coinvolto la figura e quindi il personaggio Pasolini, soprattutto tra un certo tipo di intellettuali di sinistra, Pasolini è diventato egli stesso oggetto di moda. Basti pensare alla sigla PPP che rimanda immediatamente allo scrittore e che è riportata anche su alcuni muri di Roma o le sue spalle atletiche scolpite sui murales di Trastevere. Diverse inoltre le riproduzioni dei suoi occhiali neri "di tendenza". Non mancano insomma gli esempi di stile dettati da quella che è divenuta, come afferma Cinzia Romani in un articolo de *Il Giornale*, icona "pop come Marilyn e il Che". Addirittura nel 2016 la prestigiosa casa di moda fiorentina Pitti si è ispirata a Pasolini

per realizzare la collezione uomo di quell'anno esaltando tutti gli elementi che dell'intellettuale erano ormai entrati nell'immaginario collettivo.

Il paradosso consiste nel fatto che egli si sia scagliato proprio contro i fenomeni della moda, contro la modalità con cui si imponevano i nuovi costumi e i nuovi atteggiamenti durante gli anni del boom economico. Egli si ribella contro le insulsaggini di un potere bieco che persegue soltanto logiche di profitto e usa la moneta e il commercio per impoverire soprattutto per cultura e morale gli individui del XX secolo. Registra nell'abbandono dei paesi e delle campagne, in favore di una rincorsa verso il mito cittadino, un disagio strettamente etnico e culturale: il nuovo popolo corre il rischio di non possedere più valori né etica. Gli individui sono ormai maschere di un sistema che pretende l'omologazione dei costumi, incantando la massa con nuove speranze e facili profitti. Tutto si riduce a merce e a immagine e in un quadro simile la moda e i costumi giocano un ruolo significativo, rappresentando il tratto sintomatico della degenerazione dei costumi. Il nuovo mito è riconoscersi nel nuovo aspetto, uguale per tutti e differente dal passato. Un *maquillage* estetico e di modi capace di uniformare i linguaggi e di sospingere verso un irrealizzabile futuro. È sintomatico il racconto che Pasolini fa dei ragazzi di Praga. È la prima volta che vede due capelloni e resta stupito a quella immagine per lui destabilizzante. Due ragazzi che non parlavano e non avevano bisogno di parlare:

La parola era superflua, dice, i due usavano un altro linguaggio che sostituiva quello tradizionale verbale, rendendo quest'ultimo superfluo e trovando immediata collocazione nell'ampio dominio dei segni: il linguaggio dei loro capelli. Si trattava di un unico segno, appunto la lunghezza dei loro capelli cadenti sulle spalle, in cui erano concentrati tutti i possibili segni di un linguaggio articolato (Pasolini, 1973, 22).

3. Pasolini e i linguaggi della modernità

Pasolini tenta immediatamente una codificazione del segno di un linguaggio nuovo che non sa raccontarsi con la parola ma si serve solamente di immagini che hanno un unico scopo: consentire un riconoscimento immediato pur senza esprimere il valore autentico dell'oggetto rappresentato. "Immagini non dialettiche" avrebbe precisato Benjamin nel suo fondamentale saggio *Sul concetto di storia* (1997, 21). Immagini-automi che inducono lo scrittore ad appellare lo stesso uomo, l'individuo maschile, col termine di "mascolo", per più volte nei suoi testi e sempre riportato con l'iniziale maiuscola, come a significare la personificazione di un emblema collettivamente riconosciuto: colui che un tempo era un uomo per la società moderna deve essere maschio.

E chi è dunque il nuovo “mascolo”? È certamente quello dei capelloni. Pasolini tenta di darsi alcune risposte sul significato dei capelloni e sul messaggio che i ragazzi alla moda intendono trasmettere:

Noi siamo due capelloni, apparteniamo a una nuova categoria umana che sta facendo la comparsa nel mondo che ha il suo centro in America e che in provincia è ignorata. Noi siamo dunque per voi un'apparizione. Esercitiemo il nostro apostolato già pieni di un sapere che ci colma e ci esaurisce totalmente non abbiamo nulla da aggiungere oralmente e razionalmente a ciò che fisicamente e ontologicamente dicono i nostri capelli. Il sapere che ci riempie anche per tramite del nostro apostolato apparterrà un giorno anche a voi. Per ora è una novità che crea nel mondo, con lo scandalo, un'attesa (Pasolini, 1973).

Sono mascoli, questi giovani, di una società che propina la moda della forza, della contestazione e della violenza; i nuovi giovani sono fomentati verso la ribellione: tutto ciò che appartiene al passato o risulta vecchio va destituito, cancellato, eliminato. Azioni di una tendenza che non bada all'uso della parola, del linguaggio, della ragione per l'ottenimento delle proprie prerogative, ma lo fa con metodi coercitivi e brutali. Ci denuncia, Pasolini, che

Manifestar significar per verba non si poria ma per urla si e anche per striscioni o canzoni; sono venuti a rifare il mondo e, manifestando, se ne dichiarano all'altezza. La forza è nella virilità, come una volta. Ma la gentilezza è perduta. Qualunque cosa si manifesti altro non viene manifestato che la forza sia pure la forza dei destinati alla sconfitta (Pasolini, 1971, 102).

Più volte sentiamo parlare di Pasolini come di un profeta e probabilmente una lettura intensa, che rischia di trascinare il lettore sensibile in un gorgo angosciante, restituisce scorci di verità di caratura universale. La visione del mondo dello scrittore di supplica a mia madre o dello sceneggiatore e regista di *Che cosa sono le nuvole* che vede tra i protagonisti un singolare e superbo Totò, restituisce al lettore o allo spettatore riflessioni dense e intense sulla modernità, sulle sue mode, sulla civiltà e sul potere dell'autenticità troppo spesso bistrattata. Restano le domande angoscienti, quelle che hanno caratterizzato un'epoca di grandi evoluzioni esistenziali e che hanno trovato risposte estetiche molto raffinate ad esempio in autori come Sartre o Camus. Interrogativi che nascono dalla realtà della visione e intercettano le verità della vita, mostrando spesso con un manierato o forzato candore tutto lo stridore delle inconciliabilità.

Quando questa chiesa resterà vuota chi sarò io? qualcuno che va e viene: le mie ultime visioni prima di morire. Nessuno ha mai voluto distruggere questa chiesa [...] Dunque, qui ne stanno costruendo un'altra; ne avremo due, e ognuna avrà i suoi

mendicanti che daranno all'ortodossia la santità. E quanto a me continuerò ad avere dei barbari la poetica idea che mi rende meravigliosa la vita (Pasolini, 1971, 106)

ci racconta Pasolini in *Trasumanar e Organizzar* volendo forse disegnare gli esiti di un destino accompagnato da un velo di dimessa rassegnazione.

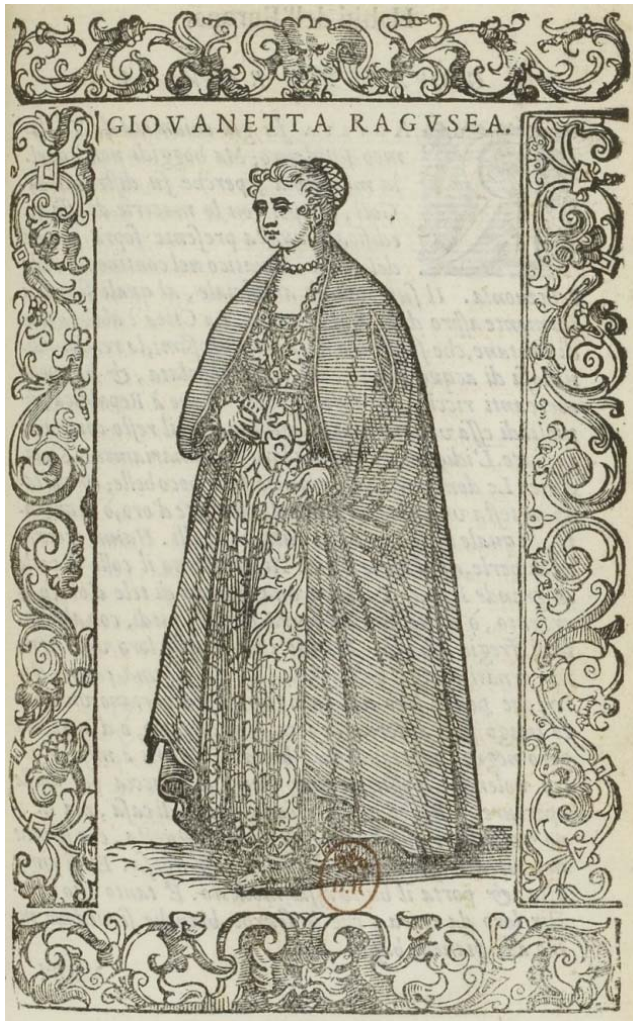
All'uomo Pasolini che osserva i feticci dell'esistenza guardando e partecipando da una postazione elevata e privilegiata per quanto dolorosa, non rimane che demarcare le distanze con una civiltà che non riconosce gettandosi nelle braccia di ignari assassini su una battigia dorata di Ostia.

Riferimenti bibliografici

- Barthes R. (1994), *Miti d'oggi*, Einaudi, Torino.
Barthes R. (2006), *Il senso della moda*, Einaudi, Torino.
Baudrillard J. (2015), *Lo scambio simbolico e la morte*, Feltrinelli, Milano.
Favaro A. (2014), *Così vicini, così lontani. Alberto Moravia e Pier Paolo Pasolini sul romanzo, negli anni Cinquanta in Alberto Moravia e Pier Paolo Pasolini Intellettuali, scrittori, amici*, a cura di A. Granese, Edizioni Sinestesie, anno XI, Avellino, 77-122.
Foucault M. (1998), *Le parole e le cose. Un'archeologia delle scienze umane*, Rizzoli, Milano.
Galimberti U. (2009), *I miti del nostro tempo*, Feltrinelli, Milano.
Giorcelli C. (2001), *Abito e identità*, I. I. a. - Palma, Palermo, Roma.
Luperini R. (1971), *Gli intellettuali di sinistra e l'ideologia della ricostruzione del dopoguerra*, Ideologie, Roma.
Pasolini P.P. (1964), *Poesia in forma di rosa*, Garzanti, Milano.
Pasolini P.P. (1971), *Trasumanar e Organizzar*, Garzanti, Milano.
Pasolini P.P. (1973), *Sfida ai dirigenti della televisione*, "Corriere della sera", 9 dicembre.
Pasolini P.P. (1975), *Scritti corsari*, Garzanti, Milano.
Pasolini P.P. (1992), *Petrolio*, Einaudi, Torino.

Commentato [FF67]: ?

Fig. 1 – “Questa, che si vede nel ritratto [...] è Nobile, e Sposa. Et si cinge alta, e porta il busto assai modesto. È tanto alto il vestir loro da terra, che le scarpe bianche si vedono entro alle pianelle basse” (Vecelio, 1590, 349)



Commentato [FF68]: Prima di rinumerare le immagini dovette verificare di avere le liberatorie che vi allego nell'email firmate. Altrimenti le immagini non possono essere riprodotte

Fig. 1 – Costumi valdesi, fotografia di David Peyrot, 1889, AFV



Fig. 2 – Cartolina di inizio Novecento



Commentato [FF69]: Queste immagini hanno una risoluzione molto bassa

Fig. 3 – Torre Pellice, di fronte al Convitto Valdese, anni Venti del Novecento



Fig. 4 – Luserna San Giovanni, fotografia dei confermandi nel 1934: si tratta di una delle prime immagini di croce ugonotta indossata come monile, AFV



Commentato [FF70]: Queste immagini hanno una risoluzione molto bassa

Fig. 5 – Jean Léger, Histoire générale des Eglises Evangéliques des Valées de Piémont ou Vaudoise [...], II, 128, 1669, particolare



Commentato [FF71]: Questa immagine ha una risoluzione molto bassa

Fig. 1 – Achille Vianelli, il recto del ventaglio con la raffigurazione della città di Benevento. Collezione privata Sig. Gaetano Matteo, S. Angelo dei Lombardi (AV)



Fig. 2 – Achille Vianelli, il fronte del ventaglio con le raffigurazioni delle città di Avellino, Ariano Irpino e S. Angelo dei Lombardi. Collezione privata Sig. Gaetano Matteo, S. Angelo dei Lombardi (AV)



Commentato [FF72]: Queste immagini hanno una risoluzione molto bassa

Fig. 1 – Pittura fiamminga di Frans Pourbus il Giovane (1569-1622) Ritratto dell'arciduchessa d'Austria Isabella Clara Eugenia di Spagna (1566-1633)



Fig. 2 – Pittura fiamminga di Frans Pourbus il Giovane (1569-1622) Ritratto dell'arciduca Alberto d'Austria (1559-1621)



Fig. 3 – Camicie con punto a reticello. Immagine tratta da Elisa Ricci, *Antiche trine italiane: trine ad ago*, Bologna, Nuova S1, 2007 (Ripr. facs. della 2ª ed., Bergamo, Istituto italiano d'arti grafiche, 1914)



Commentato [FF73]: Foto migliore? Questa non va bene. o si elimina oppure riprendere solo le 2 immagini. Così non va bene

Fig. 4 – Merletto ad ago – Manifattura napoletana conservata presso il Museo del tessile e dell'abbigliamento. Fondazione Mondragone – Napoli



Commentato [FF74]: Ho ritagliato l'immagine ma comunque la risoluzione è bassa

Fig. 5 – Ornamenti per camicia in punto a reticello, punto reale e riccio. Immagine tratta da Elisa Ricci, *Antiche trine italiane: trine ad ago*, Bologna, Nuova S1, 2007 (ripr. facs. della 2ª ed., Bergamo, Istituto italiano d'arti grafiche, 1914)



Fig. 6 – La Cartiglia – Provenienza: Somma vesuviana. Federa di lino bianco di corredo privato



Commentato [FF75]: Immagine ruotata

Fig. 1 – La Moda, appendice al Poliorama pittoresco, 1839, figurino



Commentato [FF76]: Risoluzione bassissima

Fig. 2 – La Moda, appendice al Poliorama pittoresco, 1839, figurino

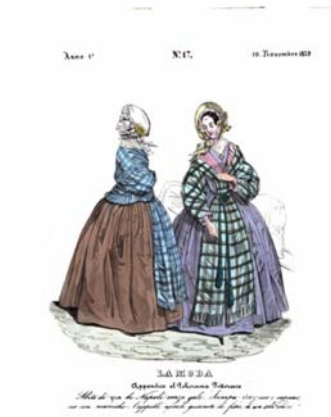


Fig. 3 – La Moda, appendice al Poliorama pittoresco, uccelli mosche



Fig. 4 – Magazzino delle damigelle, 1873-74, figurino



Fig. 5 – Il collaboratore delle dame, 1864, acconciature e accessori



Fig. 6 – *Il collaboratore delle dame*, 1858, lavori all'uncinetto



Fig. 7 – *Regina*, 1904, la marchesa Corinna Ginori



Fig. 8 – *Regina*, 1911, figurini



Fig. 1 – *Il Bazar. Giornale illustrato delle famiglie*, a. XXX, 12, 1 novembre, 1895, 9



Fig. 2 – *La donna*, 1, 1, 1 gennaio, 1905, 27



Fig. 4 – *Le cose belle. Rivista illustrata di arte e varietà*, 1, 1, marzo, 1926, 30



Fig. 3 – *Varietas. Rivista illustrata*, 1, 7, novembre, 1904, 328



Fig. 5 – *Rassegna femminile italiana*, 3, 12, 15 giugno, 1928, 18



Fig. 1 – A ciascuno il posto giusto, in *Enciclopedia*, I, 1963, 20



Fig. 2 – L'impermeabile per la donna chic, in *Enciclopedia*, I, 1962, 105



Fig. 3 – Nozioni di merceologia. Il Jersey: un tessuto che modella, in *Enciclopedia*, I, 1963, 21

MERCEOLOGIA

Nel Canale della Manica, a pochi chilometri dalla costa francese, vi è un piccolo arcipelago, chiamato Channel Islands, che, pur essendo sotto la sovranità della Gran Bretagna, gode di una certa autonomia politica. L'isola più grande ha un nome noto alle donne di tutto il mondo: Jersey. Proprio lì le donne tessono da tempi antichissimi per i loro mariti una stoffa che ha preso, appunto, il nome di «jersey».

I pregi di questa stoffa sono tali che oggi essa è diffusa in tutto il mondo; naturalmente la maggior parte di essa non esce più dai modesti telai delle tessitrici isolate, ma dai normali telai delle grandi industrie che, con ingegnosi accorgimenti, riescono ad imitare perfettamente il tessuto originale.

CARATTERISTICO DEL JERSEY - Il jersey è un tessuto a maglia, simile cioè alla maglia rasata che possiamo fare col ferro, ma fabbricato in pezza. Morbido ed elastico, è adatto per abiti molto aderenti e drappeggiati. La superficie può presentarsi rasata, con rispetto piuttosto lucente e liscio, o a nido d'ape micuzioso. Le caratteristiche e gli usi sono uguali in tutti e due i casi; è la moda che impone, di stagione in stagione, la preferenza per il jersey rasato o per il jersey a nido d'ape.

I VARI TIPI DI JERSEY - Per molto tempo i tessuti di jersey furono fabbricati con lana o con cotone; successivamente si è usata anche la seta. Oggi vi sono in commercio jersey di seta stampata particolarmente adatti per abiti e commode estive molto eleganti. I tipi di jersey si sono ulteriormente estesi in seguito all'impiego delle fibre artificiali e sintetiche.

JERSEY DI LANA ORIGINALE - Prodotto nell'Isola, vi è venduto a un prezzo molto conveniente, in quanto la Gran Bretagna, per ricompensare gli isolani dei sacrifici sopportati durante l'occupazione tedesca dell'ultima guerra, ha rinunciato a imporre tasse sulle varie attività industriali e commerciali. Ma un'attenta e scrupolosa dogana impone gravosi dazi sulle esportazioni, per cui il poco jersey originale che arriva sui nostri mercati ha un prezzo molto elevato.

JERSEY DI LANA - Il jersey di lana è caldo, morbido e ha la caratteristica di essere molto elastico; il tipo più leggero è usato soprattutto per la confezione di abiti femminili molto aderenti e drappeggiati, e per maglieria intima femminile.

Il jersey di lana più pesante è particolarmente adatto per soprabiti, tailleur e giacche sportive.

JERSEY PETTINATO E JERSEY CARDATO - Il jersey di lana è prodotto quasi sempre con filato pettinato; si presenta allora accuratamente rifinito, compatto e sottile.

Il jersey di lana prodotto con filato cardato ha minor pregio del jersey pettinato e conseguentemente prezzo meno elevato; il tessuto si presenta un poco peloso e meno compatto. Jersey pettinato e jersey cardato hanno però le stesse applicazioni.

In un prossimo capitolo tratteremo più diffusamente i filati di lana pettinata e quelli di lana cardata, illustrandone le diverse caratteristiche

JERSEY DI SETA - È un jersey di seta quasi impalpabile, aereo, praticissimo perché poco guastabile. Particolarmente adatto per abiti eleganti.

JERSEY DI COTONE - È usato per confezioni semplici e di uso corrente. Piuttosto pesante, presenta però l'elasticità, la morbidezza e la poca guastabilità del jersey di lana.

JERSEY DI LILIO - È un tessuto leggerissimo e morbido, adatto per gli abiti estivi da sera e da mezza sera, capace di sopportare una piegheggiatura finissima.

JERSEY DI LILIO MISTO A RAYON VISCOZA - È un po' più pesante e meno vaporoso del jersey di lino puro; ha però il pregio di essere più morbido e caldo.

JERSEY DI RAYON VISCOZA - Piuttosto pesante, morbido e caldo, è adatto per abiti e camicette primaverili.

JERSEY DI LANA MISTO A RAYON VISCOZA - Adatto soprattutto per tailleur primaverili. Al pregio della lana unisce le virtù del rayon viscosa, tra le quali il basso prezzo.

TRICEL JERSEY - È un tessuto nuovissimo. Piacevole al tatto, morbido, leggero, inguastabile, mantiene per sempre l'eventuale piegheggiatura. Si lava con grande facilità, sciugna in pochissimo tempo e non necessita di stirature. È usato in primavera e in estate per abiti leggeri a due pezzi e chemisiers, lisci o piegheggiati, adatti ad ogni età e per tutte le occasioni.

il jersey
UN TESSUTO CHE MODELLA

Le forme del jersey, costituite con una lana d'importazione, appaiono perfettamente identiche a quelle della maglia lavorata al ferro.

Fig. 4 – Accessori da borsetta, in *Enciclopedia*, V, 1963, 1036



Fig. 5 – Guida pratica alla scelta del reggiseno giusto, in *Enciclopedia*, V, 1963, 968

ABBIGLIAMENTO

IL REGGISENO

È molto difficile, addirittura quasi impossibile, che una donna sia completamente soddisfatta del suo fisico: o si trova troppo alta, o troppo piccola, o troppo magra, o con i fianchi troppo robusti e via di seguito. Certo, le donne perfette sono veramente pochissime e, anche per loro, poi, ci sono le insidie degli anni che minacciano la linea.

I rimedi? Ci sono, certo. Oggi sono a disposizione di tutte le donne numerosi mezzi per migliorare o mantenere giovane il più possibile il fisico. Cui massaggi, le diete, gli sport, la ginnastica si ottengono notevoli risultati. Ma spesso, di fronte a questi rimedi, le donne si arrendono scoraggiate prima ancora di cominciare, perché ci vuole molta buona volontà e una grande dose di pazienza e di costanza prima di raggiungere il risultato prefisso.

Allora ecco a nostra disposizione mezzi più immediati, anche se meno efficaci, che, almeno apparentemente, rendono il nostro corpo quasi come lo vorremmo. Ecco cioè venirvi in aiuto quella vasta serie di biancheria intima che corregge, riduce, modella la figura: guaine, busti, reggiseni, gorpères (pron. ghepièr), studiati se non per eliminare, almeno per ma-

schiarare e attenuare i difetti più diversi di ogni figura femminile.

IL REGGISENO: COME SI SCEGLIE

Fra i capi di biancheria intima, il reggiseno è il più importante, perché lo portano tutte le donne e sempre.

Serve a sostenere, a snellire o a mettere in evidenza il seno, a seconda delle esigenze. Esistono decine e decine di modelli adatti a tutti i tipi di seno; però, al momento dell'acquisto, è bene non aver troppa fretta e non stancarsi di provare e riprovare finché non si sia trovato quello che fa veramente per noi. Un altro consiglio: preferiamo sempre un reggiseno di marca; spenderemo qualcosa di più, ma avremo un capo solido e resistente. Convinciamoci che è sempre meglio avere un reggiseno perfetto, piuttosto che un abito nuovo.

Un reggiseno è perfetto quando, oltre a essere elegante, solido e ben fatto, calza e sostiene perfettamente il nostro seno, come se fosse modellato su di esso, senza tuttavia troppo comprimerlo né rialzarlo eccessivamente.

Un elegante reggiseno è bustino in pizzo od altro simile ai abiti scollati. Pivo di spalline. In un stacco verticale che assottiglia il busto e dona risalto al seno.



Per un seno di proporzioni normali, ideale un reggiseno come questo: le coppe sono ben divise, il laccio sottostante valutarlo su il seno del busto.



Un reggiseno se si ritiene per chi ha seno abbondante.



Fig. 6 – Eleganti al mare con un po' di estro, in *Enciclopedia*, V, 1963, 876



Fig. 7 – Un foulard per ogni stagione, in *Enciclopedia*, V, 1963, 916

ABBIGLIAMENTO

I FOULARDS

Questo è il modello di foulard di moda e di stagione, con un'idea originale e con un'idea originale.

IL FOULARD
 I foulards, questa deliziosa alternativa all'origami, non ha davanti a sé un futuro. Tutte le volte che si desidera una linea elegante, nei giorni di vento o di pioggia, tutte le volte che si desidera un'alternativa a portare nelle più diverse occasioni, il foulard non è un'alternativa al cappello, ma un'alternativa al cappello.

GIULIO
 Il foulard non è un'alternativa al cappello, ma un'alternativa al cappello.

COTONE • SETA • LANA
 Che questo non sia un'alternativa al foulard, ma un'alternativa al foulard, è un'alternativa al foulard.

Il foulard è un'alternativa al foulard, ma un'alternativa al foulard.

Fig. 9 – Fare o non fare la permanente?, in *Enciclopedia*, XX, 1964, 436

[COSMETI]

LA PERMANENTE MODERNA



Sappiamo già che arriccate il naso. La permanente? Beh, d'altri tempi, quando erano in auge il vitino di vespa e le giunte lunghissime, le giacche di taglio maschile e la calze con cucitura. Ma con le tendenze che si usano adesso, appena mosse o addirittura lineari, chi se la sentirebbe di farsi arricciare i capelli come una negretta?

E invece è qui che sbagliate. Le nuove permanenti non vi arricceranno come un barlucino, daranno solo un po' di «corpo» ai vostri capelli per mantenerne una morbidezza morbida: non ci sarà più bisogno di colonnette che indeboliscono il capello e la messimpiega vi durerà per diversi giorni.

MA LA PERMANENTE NON ROVINA I CAPELLI?

È necessario sfatare subito questa «leggenda», o per lo meno rivederla. La permanente è fatta con un acido speciale, del tutto innocuo, che normalmente è ben tollerato. Ci sono però dei casi in cui, a priori, sappiamo che una permanente non sarebbe anziché giovare ai capelli. Quali sono questi casi? Ecco una lista.

1) Quando i capelli sono molto decolorati o tinti, perché assorbirebbero una quantità eccessiva di acido: la permanente potrebbe risultare crepata, i capelli indeboliti e anche la colorazione si altererebbe. Ci sono, è vero, delle permanenti speciali per i capelli decolorati, ma a parer nostro, non sono ancora perfezionate: sul momento sono belle, però, quando si lava la testa, i capelli diventano lapidi, non si riesce a pettinarli bene, si finisce per strarli e strapparli.

Fig. 8 – Rimmel e ciglia finte per uno sguardo affascinante, in *Enciclopedia*, XX, 1964, 4341



Fig. 1 – *Marie Claire*, 1930



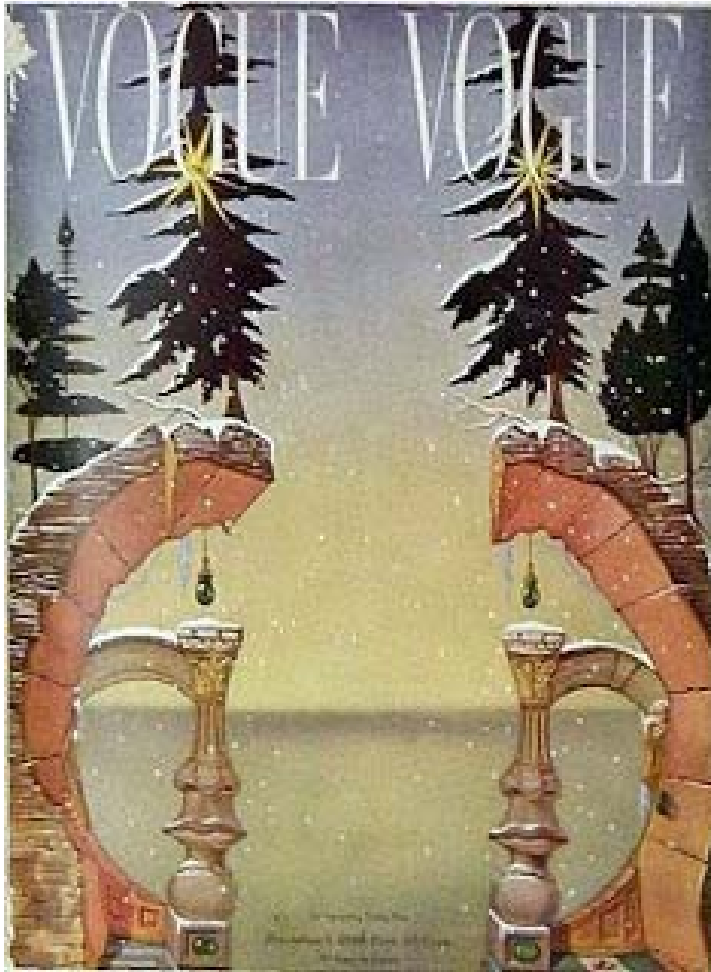
Fig. 2 – Copertina di *Vanity Fair*, 2008



Fig. 3 – Copertina di *Vogue*, 1993



Fig. 4 – Salvador Dali per *Vogue*, 1946



Commentato [FF77]: Risoluzione bassissima

Fig. 5 – Copertina *Vogue*, 1993



Fig. 6 – Copertina *Marie Claire*, 2004



Commentato [FF78]: Foto migliore?

Fig. 1 – Lyda Borelli (www.ilcinemamuto.it)



Fig. 2 – Lyda Borelli (www.lombardiabeniculturali.it)



Fig. 3 – Lyda Borelli (www.ilcinemamuto.it)



Fig. 4 – Francesca Bertini [G. Mingozzi, a cura di, Francesca Bertini, *Le Mani*, Cineteca di Bologna, Recco, 2003]



Fig. 5 – Francesca Bertini [G. Mingozzi, a cura di, Francesca Bertini, *Le Mani*, Cineteca di Bologna, Recco, 2003]



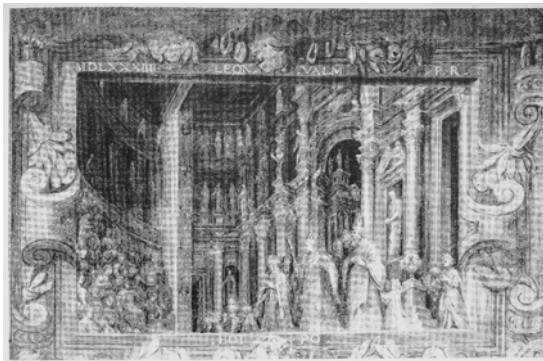
Fig. 6 – Francesca Bertini [G. Mingozzi, a cura di, Francesca Bertini, *Le Mani*, Cineteca di Bologna, Recco, 2003]



Fig. 1 – Vignetta di una scena dell'*Andria*. Xilografia del Terenzio, per i tipi di Jacob Treschel, Lione 1493. Xilografia, Londra, British Museum [S. Sinisi, I. Innamorati, *Storia del teatro. Lo spazio scenico dai greci alle avanguardie*, Milano, Bruno Mondadori, 2003, 67, fig. 40]



Fig. 2 – Alessandro Maganza, *Lo spettacolo inaugurale del Teatro Olimpico: Edipo Tiranno*, affresco monocromo, 1596. Vicenza, Vestibolo del Teatro Olimpico (S. Mazzoni, *L'Olimpico di Vicenza, un teatro e la sua "perpetua memoria"*, Firenze, Casa Editrice Le Lettere, 1998, fig. 42)



Commentato [FF79]: Risoluzione bassissima

Fig. 3 – Giambattista Maganza, *Nobiluomo della corte di Edipo e fanciullo*, disegno a penna, inchiostro e acquerello su carta, 1584 ca. New York, *Collezione Janos Scholz* (S. Mazzoni, *L'Olimpico di Vicenza, un teatro e la sua "perpetua memoria"*, Firenze, Le Lettere, 1998, fig. 45)



Fig. 4 – Giambattista Maganza, *Tiresia indovino e fanciullo*, disegno a penna, inchiostro e acquerello su carta, 1584 ca. New York, Collezione Janos Scholz (S. Mazzoni, *Il teatro Olimpico di Vicenza, un teatro e la sua "perpetua memoria"*, Le Lettere, Firenze, 1998, fig. 47)



Fig. 5 – Bernardo Buontalenti, *Coppia delfica*, disegno acquerellato, Firenze, Biblioteca Nazionale Centrale (R. Guardenti, *Il costume in scena*, in *Storia del teatro moderno e contemporaneo*, vol. II Einaudi, Torino, 2000, fig. 27)



Fig. 6 – Bernardo Buontalenti, *Ninfa marina*, disegno, Firenze, Biblioteca Nazionale Centrale (A.M. a Testaverde Matteini, *L'officina delle nuvole. Il Teatro Mediceo nel 1589 e gli "intermedi" del Buontalenti nel "Memoriale" di Girolamo Seriacopi*, "Musica e Teatro. Quaderni degli amici della Scala", VII, 1991, 11, 12, fig. 53)

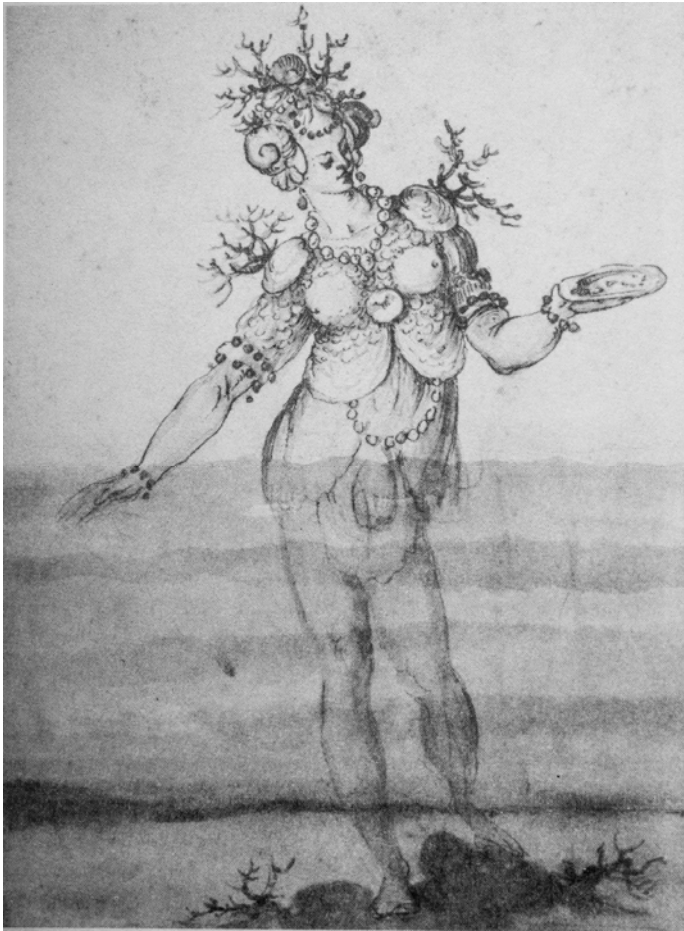


Fig. 7 – Alessandro Scalzi detto il Paduano, *Zanni con un cesto di doni*, affresco, post 1569, Trausnitz, Castello, Narrentrepp (scala dei matti) (R. Guardenti, *Il costume in scena*, in *Storia del teatro moderno e contemporaneo*, Einaudi, Torino, 2000, fig. 34)



Fig. 8 – Pittore fiammingo, *Commedia dell'Arte à la cour de Charles IX*, olio su tela, 1574-76', Bayeux, Musée Baron Gérard. (S. Ferrone, *La Commedia dell'Arte. Attrici attori italiani in Europa (XVI-XVIII)*, Einaudi, Torino, 2014, fig. 34)

Commentato [FF80]: Risoluzione bassissima



Fig. 1 – Otello, Falso Movimento, 1982, Otello (Ph. Cesare Accetta)



Fig. 2 – Otello, Falso Movimento, 1982, Iago (Ph. Cesare Accetta)



Fig. 3 – Otello, Falso Movimento, 1982, Desdemona (Ph. Cesare Accetta)



Fig. 4 – Otello, Falso Movimento, 1982, Otello (Ph. Cesare Accetta)



Fig. 5 – Crollo nervoso, *Magazzini Criminali*, 1981 (Ph. Xandra Gadda)



Fig. 6 – Crollo nervoso, *Magazzini Criminali*, 1981 (Ph. Xandra Gadda)



Fig. 7 – Crollo nervoso, Magazzini Criminali, 1981 (Ph. Xandra Gadda)



Fig. 1 – Il tributo di Lady Gaga a Bowie presentato ai Grammy Awards 2016 screenshot da <https://www.youtube.com/watch?v=x1zIurnjcDU>.



Fig. 2 – La copertina dell'edizione inglese di *The Man Who Sold The World* (1970).



Fig. 3 – Bowie-Ziggy Stardust suona insieme agli Spiders from Mars durante il programma televisivo Top of the Pops (6 Luglio 1972), screenshot da www.youtube.com/watch?v=mYtRp9UNx8Y



Fig. 4 – David Bowie nelle vesti di Alladin Sane durante il tour americano del 1973 (<http://bowiezoneuk.proboards.com/>)



Fig. 5 – Il Thin White Duke in un concerto all'O'Keefe Center di Toronto (1976). Ph: J.L. Ourlin. Licenza Creative Commons (https://en.wikipedia.org/wiki/The_Thin_White_Duke#/media/File:David_Bowie_1976)



Fig. 6 – Lady Gaga “trasformista” agli MTV Music Awards-2013 (collage di screenshot da www.youtube.com/watch?v=pwswiC9QDuM)



Fig. 7 – Lady Gaga-Mother Monster durante la performance di *Born This Way* ai Grammy Awards 2011 (screenshot da www.youtube.com/watch?v=x10N7JM3wZk)



Fig. 8 – Lady Gaga nei panni di Jo Calderone agli MTV Music Awards 2011 (screenshot da <https://www.youtube.com/watch?v=ACn41h45sUo>)



Parte terza.
Rappresentazioni

a cura di Emiliana Mangone

Introduzione

di Emiliana Mangone

Nella trama della vita sociale si formano, si consolidano e circolano le rappresentazioni sociali che non scaturiscono da individui presi isolatamente, ma sono generate socialmente, si riferiscono a oggetti o fenomeni sociali – come la moda – e sono condivise da tutti i membri di un gruppo. Come l’ampia letteratura ha dimostrato (Jodelet, 1984; Moscovici, 1984; Duveen e Lloyd, 1998) nello studio delle rappresentazioni sociali, bisogna analizzare il rapporto esistente tra i sistemi cognitivi complessi presenti in ogni soggetto e i sistemi di rapporti simbolici esistenti tra attori sociali (singoli e gruppi). Le rappresentazioni sono, infatti, elaborazioni cognitive della realtà che orientano i processi di *sense making* individuali: pur non essendo prodotte dal singolo attore, sono continuamente ri-pensate, ri-citate, ri-presentate a un livello microgenetico. I sistemi di rappresentazioni presenti in una data cultura ci vengono trasmessi e sono il prodotto di un’intera sequenza di elaborazioni e cambiamenti che occorrono nel corso del tempo (Laszlo, 1997).

Da un punto di vista “strutturale” le rappresentazioni sociali si compongono di due dimensioni: quella iconica (immagine) e quella simbolica (significato) tra di loro interdipendenti (Abric, 2001; Guimelli, 1994). La rappresentazione di un evento, di un fenomeno o di un oggetto fa corrispondere un’immagine a un’idea e un’idea a un’immagine, la moda ne è un esempio emblematico. Alla base di tale processo vi è il bisogno di ri-costruire il “senso comune”, l’appartenenza? o la forma di comprensione degli accadimenti sociali che crea il substrato di linguaggi, immagini e significati senza i quali nessuna collettività potrebbe operare. Difatti, la collettività non potrebbe funzionare se non si fossero formate quelle rappresentazioni sociali basate su un insieme più o meno strutturato di teorie, di ideologie, di “visioni

Commentato [FF81]: ? corretto?

del mondo” che costituiscono il terreno simbolico e culturale che rende possibile l’interazione fra persone (Moliner, 1996). Una delle prerogative delle rappresentazioni sociali, difatti, è che esse permettono di tramutare le idee in esperienze collettive e le interazioni in comportamenti e stili di vita. Esse, diversamente dalle scienze che rappresentano gli strumenti attraverso cui comprendere l’universo “reificato”, hanno a che fare con l’universo “consensuale” e ristabiliscono la consapevolezza collettiva dandole forma, spiegando oggetti ed eventi in modo tale da renderli accessibili a tutti e da farli coincidere con i nostri interessi immediati. Appare evidente, allora, come lo scopo di tutte le rappresentazioni è quello di rendere qualcosa di inconsueto o ignoto come familiare (Moscovici, 1984). Il non familiare attrae e incuriosisce la comunità, allerta gli individui, li costringe a rendere esplicite le implicite assunzioni che sono alla base del consenso.

L’atto del rappresentare è un mezzo per trasferire ciò che ci disturba, ciò che minaccia il nostro universo, dall’esterno all’interno, da un luogo lontano a uno spazio prossimo. Quando le teorie, l’informazione e gli eventi si moltiplicano, essi devono essere riprodotti a un livello più prossimo e accessibile, trasferiti all’universo consensuale, definiti e ri-presentati. Per dare un aspetto familiare è necessario attivare due meccanismi di pensiero. Il primo meccanismo (*ancoraggio*) si sforza di ancorare le idee insolite, di ridurle a categorie e immagini ordinarie, di porle in un contesto familiare. Scopo del secondo meccanismo (*oggettivazione*) è, invece, quello di oggettivare queste idee, cioè di trasformare qualcosa di astratto in qualcosa di quasi concreto. Questo meccanismo rende l’inusuale usuale facendo in modo che esso diventi manifesto, accessibile, concreto e, di conseguenza, maggiormente controllabile. Si passa, così, dall’astrazione dell’idea alla concretezza dell’immagine. Quando un’idea entra nella conoscenza della vita quotidiana, tende a materializzarsi. Come Moscovici (1961; 2000) ha mostrato, l’immagine del concetto cessa di essere un’indicazione e diventa una replica della realtà: ciò che è percepito prende il posto di ciò che è concepito e i linguaggi e le immagini diventano fattori reali, anziché fattori di pensiero: così la distanza tra la rappresentazione e ciò che è rappresentato è compensata.

Queste sono le dinamiche che si registrano in tutti i processi socioculturali che in maniera diretta o indiretta sono collegati alla moda e i contributi di questa parte del volume affrontano proprio questi aspetti. La sequenza è stata ordinata secondo due dimensioni: dalla dimensione macro (aspetti più generali) alla dimensione micro (aspetti particolari come gli studi di caso), e la dimensione temporale secondo cui si è cercato di seguire una cronologia che va dal XVII secolo alla contemporaneità.

Nello specifico, il contributo di apertura di Adalgiso Amendola dal titolo *Mode: merci, feticci e forme di vita* propone un excursus di teoria sociale

Commentato [FF82]: Troppi :
rivedere frase

che va da Simmel – per il quale la moda è un fenomeno ambivalente, sospeso tra distinzione e imitazione, socializzazione e individualizzazione caratterizzando le forme di vita della metropoli – a Benjamin – secondo il quale la moda è una soglia tra la mercificazione e la vita. La moda quindi si presenta come un segno distintivo del mercato nelle società capitalistiche o un'espressione dell'autonomia degli individui.

I due contributi che seguono (*Riviste napoletane di moda tra Ottocento e Novecento* di Maria Consiglia Napoli e *Lo spazio della moda nelle riviste illustrate tra fine Ottocento e gli anni Trenta del Novecento* di Wilma Leone) ci introducono nel mondo delle riviste di moda. Il contributo della Napoli, in particolare, pone in evidenza come durante l'Ottocento si assiste alla progressiva affermazione del nuovo genere giornalistico legato alle riviste specializzata nel settore della moda, e lo fa attraverso le riviste napoletane di fine Ottocento inizio Novecento. A partire da questa fase storica, infatti, queste riviste saranno destinate non solo ad affermarsi e a diffondersi, ma a influenzare usi, costumi e abitudini delle donne – ivi comprese quelle non in grado di leggere perché queste riviste si presentano ricche di illustrazioni –. Su quest'ultimo aspetto si sofferma il contributo della Leone che, pur riferendosi allo stesso periodo storico, sottolinea come le riviste si caratterizzano per la presenza di numerose rubriche che riguardano l'economia domestica e l'educazione dei figli, ma anche la letteratura, l'arte, il teatro. Alla moda viene dedicato ampio spazio con la presentazione delle principali novità, a cui fanno da contrappunto i “figurini” (illustrazioni o foto di modelli di abiti e/o accessori), spesso inseriti in contesti familiari o sociali e corredati da didascalie esplicative. Il segnale di cambiamento e dell'influenza di questo tipo di riviste sugli stili di vita delle donne non sono solo le illustrazioni ma anche la presenza all'interno delle redazioni di scrittrici e giornaliste che, dietro pseudonimi, offrono un contributo decisivo all'elaborazione dei contenuti di queste riviste in modo da rispondere sempre più alle esigenze del pubblico femminile.

Il saggio di Maria Rosaria Pelizzari dal titolo, *Il paradiso delle signore: mode, ruoli di genere e bon ton nell'Italia degli anni Sessanta* delinea l'Italia del “miracolo economico”, tra la seconda metà degli anni Cinquanta e la seconda metà degli anni Sessanta. La modalità utilizzata dall'Autrice per descrivere questi anni è stata quella di analizzarli attraverso l'*Enciclopedia della donna*, un'opera mastodontica in 20 volumi, pubblicata dal 1962 al 1964. Comprende tutti i suggerimenti e le indicazioni attraverso cui una donna “doveva” saper essere perfetta. Oggi, le potremmo chiamare “linee guida”: una sorta di vademecum da seguire per aspiranti fidanzate, spose e madri.

Gli ultimi due contributi (*Parole della moda, parole alla moda: la rivista Vogue in versione francese e italiana* di Michele Bevilacqua e “*Moda*” e

“Media”. La rappresentazione della donna nelle riviste di moda: frames mediatici a confronto di Emanuela Pece), invece, sono più prossimi alla contemporaneità e presentano entrambi uno studio di caso su riviste di moda. Il primo, di Michele Bevilacqua, evidenzia come la moda sia stata sempre sinonimo di creatività e innovazione lessicale attraverso la comparazione delle versioni italiana e francese della rivista. La moda non solo presenta un suo linguaggio, ma spesso parole ed espressioni sono diventate patrimonio del linguaggio corrente. Attraverso l’esame di alcuni lemmi questo contributo mira ad analizzare da un punto di vista linguistico-contrastivo il vocabolario della moda della rivista *Vogue* nelle sue versioni online francesi e italiane. Il secondo contributo, redatto dalla Pece, si propone di illustrare un confronto tra i fotogrammi dei media utilizzati da alcune delle principali riviste di moda italiane (*Vogue*, *Marie Claire* e *Vanity Fair*) che riguardano le immagini femminili. Da questa prospettiva di analisi, l’uso delle parole e delle immagini è strettamente connesso: entrambi portano a una specifica rappresentazione mediatica delle donne legate al contesto della moda.

La lettura che i diversi autori e autrici hanno proposto disegna uno scenario complesso della moda e soprattutto delle sue rappresentazioni, in cui il mondo e le persone che ne fanno parte si configurano come una sconfinata rete di relazioni che poggia su eventi comunicativi che si incrociano, si sovrappongono, si determinano e che spesso possono essere anche molto dissonanti. Le rappresentazioni del mondo della moda che si susseguono giorno dopo giorno consentono – al pari di tutte le altre rappresentazioni sociali – attraverso l’elaborazione e l’interpretazione, di riprodurre “senso” tramite la “mediazione simbolica” (Crespi, 1998) consentendo l’interpretazione e la costruzione della realtà della vita quotidiana.

Riferimenti bibliografici

- Abric J. (2001), *L’approche structurale des représentations sociales: développement récents*, “Psychologie et société”, 2, 4 : 81-104.
- Crespi F. (1998), *Manuale di sociologia della cultura*, Roma-Bari, Laterza.
- Duveen G., Lloyd B. (1998), *Rappresentazioni sociali e sviluppo della conoscenza*, Rome, Armando.
- Jodelet D. (1984), *Représentations sociale: phenomenes, concept et theorie*, in S. Moscovici, *Psychologie sociale*, Paris, PUF.
- Laszlo J. (1997), *Narrative organisation of social representation*, “Paper on Social Representation”, 6, 2: 155-172.
- Moliner P. (1996), *Images et représentations sociales. De la théorie des représentations à l’étude des images sociales*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

- Moscovici S. (1961), *La psychanalyse son image e sn public*, Paris, PUF.
- Moscovici S. (1984), *The Phenomenon of Social Representations*, in R.M. Farr., S. Moscovici (eds.), *Social Representations*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Moscovici S. (2000), *Social representations. Explorations in social psychology*, Cambridge, Polity Press.
- Guimelli C. (1994), *Structure et transformation des représentations sociales*, Paris, Delachaux et Niesté.

1. Mode: merci, feticci e forme di vita

di Adalgiso Amendola

Abstract

Social theory has described, with Simmel, fashion as an ambivalent phenomenon, suspended between distinction and imitation, socialization and individualization. These characteristics make it an image of the precarious life form of the metropolis. In Benjamin, fashion is a threshold between commodification and life. In cognitive capitalism, the ambivalence between socialization and individualization becomes a conflict, and fashion becomes either a sign of the market or an expression of the autonomy of forms of life.

1. La moda come forma di vita precaria metropolitana

La moda (e le mode) sono un oggetto *classico* della grande riflessione sociale del Novecento. Nel 1911, George Simmel (1996) pubblica, all'interno di una raccolta di saggi, la versione "definitiva" del suo *Die Mode*, del quale erano apparse già in precedenza alcune stesure, o meglio, alcuni tentativi di avvicinamento. Il saggio di Simmel riecheggerà all'interno di alcuni luoghi fondamentali del pensiero, e innanzitutto nel grande attraversamento della metropoli sperimentato da Walter Benjamin attraverso il suo *Passages-werk* sulla Parigi di tardo Ottocento (Benjamin, 2007). La moda resterà poi tema di confronto cruciale per chi vorrà confrontarsi da un lato con le trasformazioni del capitalismo contemporaneo e con le peripezie della forma merce; dall'altro con le modificazioni delle relazioni sociali, delle soggettività e delle forme di vita.

Simmel, nel breve ma densissimo capolavoro del 1911, segna le coordi-

nate di una vera e propria sociologia della moda che si svilupperà successivamente. Qui però non saremo tanto interessati a ricostruire l'evoluzione disciplinare della sociologia della moda come branca della sociologia dei processi culturali e/o dei consumi. Quello che proveremo a fare è interrogare Simmel allo scopo di estrarre alcuni elementi per illuminare, attraversando il tema della moda, la condizione della *forma di vita precaria nella metropoli*. Con forma di vita precaria intenderemo due cose, del resto strettamente collegate e in realtà solo formalmente distinguibili. In primo luogo, con l'espressione intendiamo sottolineare la trasformazione, l'elaborazione e la transizione continua delle e tra le identità, come condizione comune della vita metropolitana. La metropoli si costruisce secondo flussi mobili, lungo reti cognitive che permettono un continuo scambio di informazioni, conoscenze e affetti. Lungo queste linee, le identità si danno non come dati statici, essenze indipendenti, ma come risultati di continue codificazioni e decodificazioni, processi di soggettivazione in divenire, risultati di negoziazioni mai definitivamente concluse: identità, per l'appunto, precarie. La precarietà, intesa come mancanza di fissità, incertezza, instabilità, è così la matrice "negativa" di quella che, se letta dal lato positivo, è la metropoli come *produzione di soggettività*.

In secondo luogo, in un senso più strettamente legato alle condizioni in cui oggi si dà la produzione metropolitana, come forma di vita precaria della metropoli intendiamo l'estendersi e generalizzarsi di una condizione sociale e giuridica che non conosce le garanzie tradizionalmente conquistate dai lavoratori, nello stato sociale del Novecento, e che non si vede riconosciuta e tutelata dal contratto di lavoro a tempo indeterminato, che di quel welfare era il cardine. Come forma di vita precaria nella metropoli, intendiamo cioè, nel senso più strettamente materiale, quel processo per cui il precariato si trasforma da momento di transizione verso un'occupazione stabile a forma di vita duratura, nel segno del divenire regola di una fase che era concepita come passaggio; e, contemporaneamente, l'estendersi di caratteristiche rilevanti del precariato anche alle condizioni di lavoro che ricadrebbero nell'ambito del lavoro classicamente garantito, al lavoro salariato a tempi indeterminato o al tradizionale lavoro autonomo.

La forma di vita precaria della metropoli è, così intesa, l'effetto del congiungersi di una grande mobilità e capacità trasformativa delle esistenze e delle identità con una grande incertezza in termini di stabilità sociale. Eppure, anche se precaria in questi due sensi, la vita metropolitana si dà anche come l'annuncio di una forma di vita innovativa: questa precarietà, cioè, non si traduce in un'individualizzazione estrema, ma costituisce essa stessa un processo di socializzazione, di creazione di legame, di produzione di un tessuto comune. È questo aspetto che sfugge a chi, troppo linearmente, oggi

descrive i processi di vita contemporanea e di precarizzazione soltanto nei termini di una perdita della dimensione collettiva, di una consumazione del legame sociale o anche, per dirla con l'espressione portata alla notorietà nel discorso pubblico da Bauman (2002), di una lineare liquefazione delle strutture sociali. In realtà, la metropoli appare uno spazio abitato da processi molto più ambivalenti e contraddittori, nei quali l'estinzione effettiva dei modi tradizionali di darsi delle identità collettive convive in realtà con l'affermarsi, a saperle scorgere, di nuove forme del vivere-in-comune, che non sono immediatamente collocabili all'interno dell'opposizione tradizionale tra individuo e collettivo, tra sfera privata e sfera pubblica. Di questo spazio ambivalente che si apre nella forma di vita metropolitana, di questa vita precaria annunciante una forma di vita-in-comune che non è inquadrabile nell'idea di sfera pubblica tradizionale, ma che neppure è liquidabile con le categorie dell'individualismo, l'analisi della moda come la presenta Simmel agli inizi del Novecento ci sembra un singolare preannuncio, e anzi ci sembra offrire alcuni arnesi concettuali ancora molto utili per un'interpretazione delle forme di vita contemporanee, o almeno per fissarne le tensioni decisive.

2. Una soglia tra individualizzazione e socializzazione

Riassumendo in modo molto semplificato, e certamente forzandolo un po' per farlo meglio reagire con le nostre domande sulla metropoli contemporanea, il testo di Simmel colloca la moda al centro di due movimenti diversi, e in tensione tra loro. Il primo movimento, più classico, situa la moda all'interno dei processi di differenziazione sociale. In quest'ottica, la moda risponde a un doppio processo. Il primo è nel segno della *distinzione*: la moda traccia una linea di separazione tra un gruppo sociale e un altro, serve per affermare una distanza e una superiorità. In questo senso, la moda funziona come un segno di appartenenza, che regola il rapporto tra inclusione ed esclusione: segna un confine tra chi è dentro, e si riconosce tra i propri pari, e chi invece resta estraneo. Allo stesso tempo, però, la gerarchia segnata dalla moda non ha i tratti di stabilità caratteristici delle gerarchie sociali tradizionali: la moda, oltre a strumento di distinzione, è sempre anche processo di *imitazione*. Nel testo di Simmel, si insiste tanto sul potenziale di distinzione che la moda ha, quanto sul fatto che essa si presenta sempre come raggiungibile e replicabile. La moda distingue e distanzia, ma, al tempo stesso, circola, si dà come riproducibile. In questo incrocio tra distinzione e imitazione, già cominciamo a scorgere il suo peculiare carattere metropolitano: ogni processo di differenziazione qui si dà sempre su uno sfondo di

mobilità che lo rende contestabile e trasformabile. Il movimento dell'imitazione da un lato fonda la capacità diffusiva della moda, permettendo il suo rapido adeguarsi ai ritmi della metropoli: dall'altro lato, però, rende instabile proprio quella differenziazione che la moda pure intenderebbe segnare.

Questo doppio movimento distinzione/imitazione è evidentemente specchio delle categorie più generali che animano il pensiero di Simmel, e in particolare il suo modo di leggere la vita metropolitana: la forma come capacità di imprimere distinzione è in tensione con l'elemento della vita, della continua imitazione e flusso trasformativo che percorre la metropoli. E, come sempre in Simmel, l'esito di questo rapporto non può essere che un'irconciliabile tensione tragica: tanto la forma è possibile solo come forma della vita, così la vita conserva un'irriducibilità ultima alla pretesa formalizzante. E così la moda non può vivere, in realtà, che sull'impossibilità di quel gesto di distinzione che pure la definisce. La stessa natura imitabile della moda rende sempre raggiungibile ogni gruppo sociale che provi a fondare la sua pretesa di distinzione sulla diffusione della moda: proprio perché moda, a differenza dei più stabili tratti di status tradizionali, essa potrà essere assunta, imitata e citata proprio da coloro da cui ci si vorrebbe distinguere. Non a caso, nota Simmel, la moda tende ad utilizzare oggetti sostituibili facilmente, e, tendenzialmente, a sempre più basso prezzo: proprio perché il suo destino è quello di essere imitata, essa può affidare il suo potenziale di distinzione solo alla capacità di trasformarsi, di essere scavalcata da una nuova moda. Come distinzione fondata sull'imitazione, il suo destino non può essere che quello di essere raggiunta. La sua stessa pretesa di imitabilità e di diffusione mette costantemente in crisi la capacità di produrre distinzione, che pure dovrebbe essere la sua essenza.

La tensione tra imitazione e distinzione non è, a ben guardare, che lo specchio di un'altra duplicità, ancora più intricata. Se, nella gerarchia sociale, la moda si trova a essere insieme mezzo di distinzione e di imitazione, nella costituzione interna di ogni gruppo sociale, è al centro della tensione tra processi di individuazione e processi di socializzazione. La moda infatti porta con sé il segno della regolarità, della tendenza all'uniformazione, della sottomissione alla forma comune; ma, contemporaneamente, si iscrive in una ricerca di singolarità, di individualizzazione ineliminabile. Questo equilibrio tra la tensione alla singolarità e l'opposta valorizzazione del comune e della regola è fortemente instabile: la forte personalità individuale può manifestarsi nel "non essere alla moda", in un consapevole sottrarsi, ma una estraneazione volontaria, un'originalità ricercata può al contrario anche essere segno di estrema debolezza, di incapacità di individuarsi se non in un atto di mera negazione. Così il seguire una moda, lungi dall'essere segno di

conformismo, può essere capacità di scegliere uno stile che permetta la valorizzazione personale. “La moda porta a espressione e accentua l’impulso all’eguaglianza e quello all’individualizzazione, il fascino dell’imitare e quello del distinguersi”, nota Simmel (1996, 36). La norma sociale della moda non è affatto la norma di un’omogeneità compatta: è, ancora una volta, un’imitazione che permette la singolarità, un tessuto comune, che, proprio in quanto tale, costituisce la trama per tessere il filo della propria individualità.

Ancora più caratteristico di questo peculiare rapporto che la moda istituisce tra singolarità e generalità, tra norma e irripetibilità, è il rapporto che la moda instaura tra distruzione dei contenuti tradizionali e direzione verso la creazione di contenuti positivi. La moda si caratterizza per una compresenza inestricabile di distruzione e creazione: “la forma di vita conforme alla moda è caratterizzata dalla distruzione di ogni contenuto precedente e possiede una propria unità nella quale l’appagamento dell’impulso di distruzione e quello dell’impulso verso contenuti positivi sono inseparabili” (Simmel, 1996, 34). La moda quindi è forma generale, ma assolutamente generica nei contenuti: rompendo con le tradizioni incentrata su contenuti particolari, proclama che, almeno potenzialmente, tutto potrebbe un giorno diventare di moda. Al tempo stesso, questa “vuota” genericità crea uno spazio per la valorizzazione, in positivo, della singolarità: proprio perché generica, tendenzialmente vuota e distruttiva rispetto a ogni contenuto consolidato, la moda diventa capace di illuminare quelle singolarità che nella struttura tradizionale, dove le regole della distinzione sono dettate da gerarchie molto più solidi e stabili, sarebbero state soffocate o marginalizzate come semplici eccentricità.

La moda segna, perciò, l’emergere di una regola sociale caratterizzata da generalità, genericità, esteriorità, invito alla conformità: ma proprio in questa imitazione senza contenuto, in questa infinita capacità di replicare, si apre la possibilità dell’emersione del singolare. Più profondamente di ogni pensiero dell’eccezione, la moda mostra così come il luogo proprio dell’assolutamente singolare nella metropoli sta proprio non nella intimità, interiorità o separatezza, ma al contrario proprio nella replicabilità, esteriorità, imitabilità. La moda è specchio di una precarissima, rapida, perennemente in trasformazione, *singolarità comune*.

3. Il cuore vivente dell’astrazione merce

Nel primo capitolo del libro primo de *Il capitale*, Marx si tuffa nel “mistero” della forma merce. Ancora una volta, incontriamo il segno del doppio: se un tavolo non è altro che un tavolo, considerato però come merce, imme-

diatamente si duplica. Come merce appartiene al mondo del valore di scambio, come cosa al mondo del valore d'uso. Come valore di scambio, il suo valore è dato dal valore del lavoro che è servito a produrlo: ma questo elemento, quest'attività di produzione, il lavoro vivo che la merce contiene, è nascosto nel momento in cui si presenta come merce. I rapporti tra uomini risultano così rovesciati e si rappresentano come rapporto tra merci (Marx, 1964). Questa "rappresentazione", per Marx, non è evidentemente sinonimo di falsità: non si tratta di affermare che il mondo delle merci sia un "falso" mondo, rispetto a una presunta verità del valore d'uso. La rappresentazione di questo mondo come mondo delle merci è il prodotto non di una falsificazione, ma di un'astrazione: in questo mondo non vale questo o quel valore d'uso concreto, così come il lavoro non è più la singolare prestazione di questo o di quello specifico essere umano. Nel mondo dell'astrazione, il lavoro è lavoro socialmente utile, tempo di lavoro calcolabile e misurabile al di là delle sue differenze qualitative: così come il valore della merce è espresso, al di là di qualsiasi caratteristica particolare delle singole merci, da quella merce che svolge il ruolo di equivalente generale, che è il denaro. Da un lato, questa astrazione è precisamente il mondo della produzione capitalista, le sue condizioni sono materialmente determinate. Dall'altro lato, però, questo mondo si presenta come una forma che "sta al posto" dell'attività produttiva che lo genera. Il carattere di feticcio della merce, per Marx, è tutto in questo essere rappresentativo: in questo "rappresentare" il lavoro vivo che vi è contenuto. Non siamo evidentemente distanti dalla tensione forma/vita che Simmel riconosce come dualismo fondamentale, anima e insieme tragedia della vita della metropoli: del resto, anche Simmel colloca la forma pienamente sviluppata del dualismo vita/forma nella metropoli capitalista.

Nel suo incompiuto *Passagenwerk* su Parigi, Walter Benjamin stringe in modo molto deciso il nesso tra merce, feticcio e moda. Lo sfondo è costituito dalle grandi esposizioni universali, in particolare l'esposizione parigina del 1867, in cui "Parigi si conferma capitale del lusso e delle mode" (Benjamin, 2007, 11). Per Benjamin, queste esposizioni "edificano l'universo delle merci". In esse ogni rapporto tra valore di scambio e valore di uso si interrompe: il valore di scambio si autocelebra, assume un'aura teologica. Il feticcismo delle merci – scrive Benjamin – produce una compiuta fantasmagoria, in cui "l'uomo entra per lasciarsi distrarre" (2007, 10). È evidente che l'astrazione marxiana difficilmente potrebbe essere accostata ad una fantasmagoria, dato il suo carattere fortemente determinato e radicato nei rapporti concreti di produzione. Benjamin prende invece molto alla lettera il riferimento marxiano ai "capricci teologici" della merce: il capitalismo è effettivamente, per Benjamin, una questione teologica, e il feticcio-merce si compie all'interno di qualcosa che richiama la ripetizione del rito: il capitalismo

Commentato [FF83]: minuscolo

contiene in sé un elemento di culto che lo accosta alla vita religiosa (cfr. Gentili, Ponzi, Stimilli, 2014). Al di là dell'inizio di elaborazione di una vera e propria teologia economica, quello però che è singolare – e ci riporta ai nodi simmeliani – è la speciale configurazione che assume la moda in questa visione culturale del capitalismo. Da un lato, “la moda prescrive il rituale secondo cui va adorato il feticcio della merce” (Benjamin, 2007, 10). Nella fantasmagoria della merce, nel capitalismo come culto, come amministrazione del sacro, la moda è il cuore del rito; e al tempo stesso, è il cuore dell'astrazione, che Benjamin qui intende come il prevalere assoluto del lavoro morto sul lavoro vivo, del lavoro accumulato e trasformato in merce sulla vita, sull'attività produttiva, potremmo dire in termini marxiani.

Nell'universo “teologico” di Benjamin, questo prevalere del lavoro morto sul lavoro vivo si trasforma senza mezzi termini in un prevalere della morte sulla vita: la moda “è in conflitto con l'organico, accoppia il corpo vivente al mondo inorganico, e fa valere sul vivente i diritti del cadavere” (2007, 10). Eppure, proprio quando sembra che la moda sia consegnata univocamente al polo cadaverico della relazione, Benjamin complica decisamente la situazione. Se la moda è l'inorganico, il feticismo della merce è però “il ganglio vitale dell'inorganico”. E soggiace al “sex-appeal dell'inorganico” (Benjamin, 2007, 11). Movimento tipico della teologia benjaminiana: l'estremo è anche il passaggio nascosto che produce un'interruzione, un rovesciamento. Il “culto” della merce mette al proprio servizio l'inorganico: ma l'inorganico rivela nella moda che esso non è affatto semplicemente un corpo morto, ma è un feticcio a suo modo vivente, attraente, dinamico. La moda svela come il rapporto dell'astrazione con la vita, del feticismo della merce con le forme di vita sia meno lineare, più complesso di una relazione semplicemente “sussuntiva”: il morto impone ai suoi diritti sul vivo, il feticcio sulla relazione produttiva, ma il mondo della merce rileva, nella moda, di essere esso stesso non mera esposizione, ma condensazione di energia produttiva, sensualità “inorganica”. Di nuovo lo spazio contraddittorio segnato da Simmel: forma e vita, individualizzazione e socializzazione, estrema genericità e estrema singolarizzazione, vivono insieme nel fenomeno moda. In Benjamin la moda è celebrazione principale del culto capitalistico, ingresso nei rituali dell'immane ammasso di merci”, ma, al tempo stesso, è il segno di un cuore non mercificabile della stessa merce: il vitalissimo, appunto, *sex appeal* dell'inorganico.

Se l'esposizione della merce ci presenta il lato *oggettivo* del mondo feticistico del capitale, Benjamin non tarda, inoltre, a far emergere anche il suo corrispettivo *soggettivo*. Il mondo dei feticci e delle mode, il mondo ridotto a mercato, e, infine, la metropoli divenuta gigantesca “vetrina” (cfr. Codoluppi, 2007): tutta questa gigantesca astrazione è attraversata, per Benjamin,

non solo dai vari ministri del culto del capitale, ma anche da una figura che sembra sfuggire alle determinazioni del mercato. È una figura che fa parte di una massa eterogenea, che non è stata ancora catturata e messa al lavoro nella grande industria: il *flâneur*, che spende la sua giornata negli spazi della città senza direzione precisa, senza un impiego immediatamente produttivo del suo tempo. Non appartiene alla classe operaia, ma non è neppure un borghese: è una forma di vita *sulla soglia*. Non è estraneo al mercato, attraversa continuamente la fantasmagoria delle merci. La sua forma di vita però non vi appartiene. Un giorno anche il *flâneur* sarà probabilmente integrato dal mercato: come scrive Benjamin, il grande magazzino sarà “l’ultimo marciapiede del *flâneur*”. Tutto da vedere, però, che il mercato sia il suo destino inevitabile.

Di per sé, il *flâneur* si presenta come un’immagine di transizione: non ha luogo, non è inserito dentro una comunità stabile. La *bohème*, sua forma di vita, ne fa evidentemente, se paragonato alle appartenenze sociali stabili, uno sradicato, un non appartenente: figura della crisi del Secondo Impero, attraverserà la grande metropoli del Novecento fino a quando si troverà effettivamente trasformato in consumatore (o in *uomo-sandwich* della pubblicità, come Benjamin dice negli scritti su Baudelaire, cantore indiscusso del *flâneur*). Ma, appunto, come dicevamo, non era in realtà il suo unico, già programmato destino. Avrebbe anche avuto un’alternativa – quella di fare parte delle forze ribelli della Comune del 1871, che infatti per eterogeneità, disappartenenza, marginalità rispetto ad ogni stabile collocazione di classe, richiamano la stessa forma di esistenza metropolitana/precaria del *flâneur* (Gentili, 2018). Per quanto riguarda il nostro discorso, ci pare evidente che la sua ambivalenze soggettiva – tra consumatore e ribelle, tra libertà del bighellonare nei *passages* e arruolamento nella pubblicità – risponde all’ambivalenza della forma della moda tra genericità e singolarità, tra il “come tutti” e l’“esclusivamente io”. Il *flâneur* non è “individualista” come poi lo vorrà il mercato, non è folla anonima metropolitana, ma abita quella forma di vita della singolarità comune che è precisamente il terreno sul quale si insedia la moda, anch’essa con tutta la sua ambigua ambivalenza tra vita-in-comune e singolarità, tra socializzazione metropolitana e individualizzazione nel mercato.

Per tornare al nostro punto di partenza, ci sembra perfettamente comprensibile che il *flâneur* sia stato indicato spesso come una figura importante nelle genealogie dell’attuale “classe precaria” (Gentili, 2018; Ciccarelli, 2017): quelle caratteristiche di mobilità e di singolarità, quella miscela indistricabile di comportamenti individualisti e di capacità di vivere in rete, di vivere contemporaneamente al cuore della produzione metropolitana e sulla soglia delle sue geografie sociali, costituiscono evidentemente tratti che connettono il *flâneur* dei tempi di Baudelaire ai suoi discendenti precari contemporanei. La moda, come forma di questa socievole insocievolezza, di

questa socializzazione non assimilabile all'antica comunità ma non risolvibile nel puro e semplice individualismo, è evidentemente rispondente a queste caratteristiche di *soglia*: il suo *sex appeal* dell'inorganico, il suo oscillare sulla sottile membrana che connette merce e vita, ne fa evidentemente una delle forme della vita precaria metropolitana.

4. Le mode nei conflitti delle metropoli cognitive: tra segno del capitale ed espressione dell'autonomia

Il punto su cui va oggi misurata la distanza da questi scenari classici, semmai, è che quella tensione che poteva essere descritta da Simmel ancora come una irricomponibilità in ultima analisi *tragica* – tra forma e vita, tra spinta alla socialità e all'imitazione e strumento di individualizzazione, o, meglio, di singolarizzazione – o da Benjamin come un cuore “nascosto”, un ganglio vitale di una fantasmagoria teologica, oggi viene spinta decisamente in superficie. Il *sex appeal* dell'inorganico oggi si generalizza perché la stessa merce, e prima ancora la stessa “cosa”, il dispositivo tecnico, modifica profondamente le loro caratteristiche di astrazione, creando una continua ibridazione tra vita e oggetto (Perniola, 1994). Il mondo della fantasmagoria benjaminiana era evidentemente, ancora il mondo dell'immane ammasso di merci de *Il capitale* marxiano. Oggi, invece, la metropoli deve fare i conti con la trasformazione della natura stessa della merce: sempre meno centrale la produzione di merci materiali (anche se evidentemente ben lungi dall'essere abbandonata), sempre più prevalente la componente costituita da servizi, informazioni, linguaggio e comunicazione. In questa trasformazione cognitiva del capitalismo, il rapporto tra forma di vita e mondo delle merci evidentemente cambia. Se la riflessione di Simmel sulla moda ruotava comunque attorno al rapporto tra forma di vita e *oggetti*, e se la riflessione di Benjamin si incentrava sulla relazione tra ruolo “rituale” della moda e fantasmagoria delle *merci*, con la cognitivizzazione delle modalità di produzione e la smaterializzazione della forma merce, la forma di vita è attirata direttamente al centro del rapporto produttivo, senza la necessaria mediazione della merce. Non più forma di vita e merce, ma forma di vita contemporaneamente come fattore di *produzione e prodotto* del capitalismo.

Le contraddizioni che abbiamo visto individuate dalla sociologia della moda di Simmel, o dalla “teologia della moda” – se è lecito esprimerci così – di Benjamin sono a questo punto amplificate, e la costitutiva ambivalenza della moda acquista sempre più l'aspetto di un bivio. Non a caso i *fashion studies* contemporanei appaiono sempre più interconnessi agli studi sulla

Commentato [FF84]: messo così perché si riferisce al libro giusto?

rete, sulla trasformazione cognitiva e digitale del capitalismo: la moda diventa qui l'immagine di una forma di vita portata *immediatamente* ad essere fattore produttivo, in un capitale che estrae valore direttamente dagli scambi comunicativi, dalla conoscenza, dalle capacità innovative e dai servizi di cura. Socializzazione e individualizzazione, dentro forme di vita che sono immediatamente al centro della produzione metropolitana, finiscono allora per fronteggiarsi con sempre maggiore intensità: mode e stili di vita diventano, dentro la metropoli produttiva, produzione di segni attraverso le quali le soggettività in trasformazione che abitano la metropoli creano un proprio spazio di riconoscimento, provano a conquistare un controllo autonomo sulle proprie vite, costruiscono le modalità del proprio vivere-in-comune.

Le mode sono sempre più trasformate in condivisioni di affetti, in strategie per costruire comunità, anche se comunità pur sempre consapevolmente precarie ed effimere, senza riferimento a nessuna omogeneità comunitaria riportabile ai tempi dell'antica stabilità sociale. I segni della moda sono continuamente tradotti all'interno delle capacità affettive, e possono così diventare mezzi di produzione di quella singolarità comune a cui la moda, nel suo precario equilibrio di socializzazione e individualizzazione, ha storicamente sempre accennato. O al contrario, i segni della moda diventano parti della catena della valorizzazione capitalista, della sussunzione integrale della vita nell'estrazione di valore, della integrazione diretta di affetti, linguaggi e stili nella macchina produttiva. L'ambivalenza tende a scindersi: i segni delle mode diventano alfabeti della ricostruzione di socialità e di ambiti di vita in comune da parte dei nuovi *flâneurs* del precariato metropolitano, o, al contrario, marchi funzionanti come dispositivi dello sfruttamento capitalistico diretto delle intelligenze, delle vite e degli affetti. Per la sociologia della moda classica, la moda costituisce il primo affacciarsi, in termini ambigui, e ambiguamente trasfigurati in forma di narrazione tragica, della lotta tra vita e forma agli inizi del formarsi della metropoli contemporanea. Ora che la metropoli è l'ambiente pienamente dispiegato del divenire integralmente produttivo di tutte le nostre vite, quel dualismo tende a farsi lotta aperta: gli stili di vita e le mode diventano terreno di combattimento tra la riappropriazione di socialità, convivialità, tempo e creatività da parte delle vite precarie e i dispositivi di assoggettamento e cattura di affetti, intelligenza e comunicazioni che si stendono lungo le reti cognitive della produzione metropolitana.

Riferimenti bibliografici

- Bauman Z. (2002), *Modernità liquida*, tr. it. di S. Minucci, Laterza, Roma-Bari.
Benjamin W. (2007), *I "passages" di Parigi*, a cura di R. Tiedemann, tr. it. a cura di E. Gianni, Einaudi, Torino.

- Ciccarelli R. (2017), *Forza lavoro. Il lato oscuro della rivoluzione digitale*, DeriveApprodi, Roma.
- Codeluppi V. (2007), *La vetrinizzazione sociale. Il processo di spettacolarizzazione degli individui e della società*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Gentili D. (2018), *La crisi come paradigma di governo*, Quodlibet, Macerata, 2018.
- Gentili D., Ponzi M., Stimilli E. (2014), *Il culto del capitale. Walter Benjamin: capitalismo e religione*, Quodlibet, Macerata.
- Marx K. (1964), *Il capitale. Critica dell'economia politica*, vol. I, tr. it. di D. Cantimori, Editori Riuniti, Roma.
- Perniola M. (1994), *Il sex appeal dell'inorganico*, Einaudi, Torino.
- Simmel G. (1996), *La moda*, tr. it. a cura di L. Perucchi, SE, Milano.

2. Riviste napoletane di moda tra Ottocento e Novecento

di Maria Consiglia Napoli

Abstract

In Naples, from Twenties and Thirties of the Nineteenth century, periodicals began to be published for a female audience. Starting from the first magazines intended for a limited number of readers, mainly aristocratic, in a Bourbon Naples with a very low level of literacy, we examine the magazines of the unitary period, for an already wider audience, that of the Naples of the Belle Époque. At last we arrive at a periodical printed between the twenties and thirties of the twentieth century. It is a hundred years that have led to a profound change in the image of women that magazines and fashion receive and reflect.

Introduzione

Durante l'Ottocento assistiamo alla progressiva affermazione di un nuovo genere giornalistico, le riviste di moda, destinate ad affermarsi fino a influenzare usi, costumi e abitudini dell'universo femminile anche oltre la cerchia delle donne in grado di leggere. Charles Didier notava echi della diffusione della moda parigina in regioni che erano e si ritenevano marginali, come la Calabria del 1834: "Questi frivoli segni della civiltà parigina danno luogo a un singolarissimo contrasto nel bel mezzo delle selvagge montagne di Calabria". A Cosenza, infatti, Didier, uno dei pochi viaggiatori del Grand Tour che si avventurò al sud di Napoli, aveva notato che, nonostante le donne si coprissero ancora con il tradizionale lungo scialle nero, in alcune sartorie erano esposti i figurini dei modelli tratti dal *Journal des dames* (Kleinert, 2015, 41-42).

Fatti salvi alcuni episodi sporadici, i primi riferimenti alla moda e al co-

stume sono riscontrabili nelle pagine dedicate alle donne nei giornali del secondo Settecento. Nati in Inghilterra e consolidatisi in Francia, si diffusero in Italia, in una società fortemente influenzata dal pensiero e dalla cultura francese del tempo, presso un ristretto gruppo di aristocratiche, le uniche con una condizione economica e un livello culturale che permetteva loro di acquistare e leggere simili periodici.

Tra le prime città italiane in cui cominciarono ad essere stampati giornali femminili c'è Firenze dove, nel 1770, uscì una rivista *La Toelette o sia raccolta galante di prose e versi toscani dedicate alle dame italiane* che conteneva racconti poesie novelle e fatti di cronaca, ma non ancora rubriche dedicate alla moda. Le prime riviste di moda, o comunque che inserirono al proprio interno una rubrica sulla moda, le troviamo, invece, a Milano dove, tra il 1786 e il 1794, fu stampato il *Giornale delle dame e delle mode di Francia e d'Inghilterra* (Sergio, 2010, 33-40) che sarà il precursore del *Corriere delle dame* (1804-1874), rivista fondata da Carolina Arienti, moglie del giornalista romano Giuseppe Lattanzi. Su questi modelli cominciarono a diffondersi in Italia, in particolare a Milano, diventata nel corso dell'Ottocento la capitale dell'editoria italiana, giornali e riviste destinati al pubblico femminile. Tra il 1861 ed il 1920 nacquero ben 116 nuove testate nel campo dei periodici per le donne (Pignatiello, 2012, 1).

1. Le prime riviste napoletane per signore

Il successo sempre maggiore delle riviste femminili fece sì che, accanto ai periodici femminili che si stampavano a Napoli, circolassero anche giornali provenienti da altre regioni italiane. Le modalità di circolazione e la fortuna di questi ultimi ci porterebbe a toccare altri ambiti di riflessione, ci limiteremo in questa sede ad una panoramica dei giornali di moda pubblicati a Napoli.

Negli ultimi anni del Settecento, nella capitale esistevano già lettrici, di estrazione sociale alta, che sottoscrivevano abbonamenti a volumi, prevalentemente romanzi ma anche opere di storia (Napoli, 2013, 95-98), che costituiscono il nucleo di base del pubblico cui le riviste femminili si rivolsero.

L'ingresso del mondo della donna nella stampa periodica fu un percorso lento che avvenne per gradi. Da una rapida scorsa ai giornali e alle riviste napoletane del XIX secolo, è evidente un progressivo inserimento, anche all'interno di periodici non orientati unicamente verso un pubblico femminile, di temi "attraenti" per le donne. Sarebbe fuori luogo interpretare tutto ciò come affermazione e presa d'atto di una immagine "emancipata" della donna. Per quasi tutto l'Ottocento si tratta di articoli, scritti da uomini più o meno di larghe vedute, che, specialmente attraverso le rubriche di consigli, definiscono di

volta in volta il modello e il ruolo della donna in una società in rapida evoluzione. Queste pubblicazioni documentano in modo esemplare le trasformazioni in atto, specialmente in ambiente urbano, nei decenni successivi agli anni Settanta. Siamo in un periodo in cui cominciava ad aumentare il consumo della lettura e a consolidarsi la presenza di un pubblico di lettori proveniente dalla media borghesia, interessata a nuovi generi, a una letteratura amena e di svago, al “gossip” tipico del mondo letterario, teatrale e musicale napoletano. Contemporaneamente prende corpo la fisionomia del giornale moderno con il quale, fatti i dovuti distinguo con la nascente industria giornalistica del Nord, assume contorni meno labili il mestiere del giornalista.

All’inizio le riviste femminili non avevano nulla dei caratteri tipici del rotocalco del secolo successivo. I primi articoli che potevano interessare le lettrici erano inseriti, come elemento di novità, nei giornali e nei periodici del tempo. Durante il decennio francese, la *Gazzetta di Napoli* (1806) introdusse la moda di Parigi tra i nuovi temi trattati (Trombetta, 2011, 99), il *Giornale degli annunzi*, pubblicato dal 1813 nell’officina tipografica del Monitore delle due Sicilie, nella presentazione del primo numero dichiarava esplicitamente l’intenzione di informare un pubblico più vasto rispetto a quello dei “dotti”, rivolgendosi ai “paglietti”, ai mercanti, agli artisti e alle donne. Si davano notizie che non riguardavano tanto i grandi avvenimenti politici o culturali, quanto piccole informazioni “utili in una vasta capitale alla sussistenza di molti e a’ comodi della vita di tutti”. Il giornale era, infatti, dedicato prevalentemente ad annunci di aste, vendite pubbliche, cambi di valute, movimenti del porto. Riportava anche informazioni, diremmo oggi, pubblicitarie, da parte di negozianti o possessori di laboratori artigianali o di veri e propri opifici. All’interno del giornale furono inseriti articoli sulla moda, illustrazioni di figurini, poesie e aneddoti (I, 1813, n. 1).

Un periodico dichiaratamente destinato al pubblico femminile uscì a Napoli nel 1824: il *Piccolo corriere delle dame o sia Nuovo giornale delle mode, teatri letteratura ed arti* (1824-1827) che ricalcava, anche nel nome, il milanese *Corriere delle dame*.

Nei primi anni Trenta, quando le speranze suscitate dalle promesse di riforma di Ferdinando II diedero nuovo slancio a tutta l’attività tipografica, libri, riviste, giornali e fogli periodici invasero il mercato e una vera e propria rivoluzione investì anche il mondo della lettura femminile. Questi primi periodici destinati alle donne ricalcavano, nella forma e nello stile, i modelli settecenteschi e, come spesso i giornali del secolo precedente, erano costituiti da una sommatoria di informazioni riprese da gazzette che si stampavano fuori del regno. Vi erano rubriche che riguardavano la moda, ovviamente di Parigi, ma anche racconti e poesie, curiosità e biografie di personaggi illustri. A questi articoli si affiancavano le informazioni sulla vita

mondana a Napoli, programmi di opere teatrali e di concerti. Nel 1831 l'*Archivio di curiosità*, diretto da Bonvicini e D'Avanzo, nel suo titolo completo così recita: *Archivio di curiosità e novità interessanti e dilettevoli in letteratura e belle arti, commercio industria ed invenzioni, viaggi e costumi de' popoli, avvenimenti singolari, aneddoti e racconti gustosi, feste, teatri e mode con relativi disegni e figurini di Parigi e talor di Vienna e di Londra. Opera periodica compilata sulla corrispondenza di distinti letterati nazionali e stranieri, e sopra i migliori giornali d'Europa*. Aggiungeva che, oltre che dalle donne, poteva essere letto dal giovane galante e poteva non essere disdegnato dal letterato o dallo scienziato. Il giornale si dichiarava favorevole all'istruzione femminile. Secondo una linea di pensiero che già abbiamo conosciuto nel tardo illuminismo napoletano (Napoli, 2013, 97-98), in un articolo *Sulla coltura delle donne* difendeva l'importanza di avere donne colte ed istruite un po' in tutti i campi, comprese le scienze e le belle arti, in modo da poter meglio assolvere alla loro funzione di educatrici: "come potranno le madri ben educare la propria prole, e formare allo stato buoni cittadini e buoni sudditi, se per un fatale pregiudizio si lasciano loro ignorare i doveri importanti di chi deve vivere sotto le leggi e co suoi simili?" (XII, 1831).

Con *La Toletta* e con *La moda* siamo oramai di fronte a giornali pensati e scritti, sia pure da uomini, ma espressamente per le donne.

La Toletta: giornale di mode, di belle arti, di amena letteratura, varietà e teatri che riprendeva quasi integralmente il titolo del un giornale uscito a Firenze nel 1770, ebbe vita relativamente lunga per l'epoca, dal 1837 al 1842. Ne fu editore e compilatore Francesco Michitelli, dei baroni di Notaresco, di famiglia liberale e filofrancese, tendenza che traspare qua e là nelle pagine del periodico. Tra i collaboratori troviamo Angelo Brofferio, di principi rivoluzionari e repubblicani, Achille Ricciardi e Cesare Bordiga. Quest'ultimo, nel 1848, fondò a Roma *La donna italiana. Giornale politico letterario* nel cui programma riconosceva alle donne d'Italia la necessità di un ruolo nuovo nella vita civile del paese (Talamo, 2016, 150). Dello stesso periodo, con una durata più o meno simile (1839-1844), è *La moda. Appendice alla Poliorama pittoresco*.

A ben vedere, si tratta di giornali molto diversi tra di loro.

La Toletta, ancora con lo stile e le caratteristiche del periodo precedente, era pensato per donne dell'alta borghesia o aristocratiche, la cui condizione ben si intuisce da una lettera del compilatore alle sue lettrici:

anzitutto ne corre il debito di rallegrarci con voi del felice ritorno in città dopo le villeggiature di Portici, di Posillipo, e del Vomero. Ed in vero l'ansia e 'l bisogno che di ciò sentivamo era per lo meno uguale a quello delle cittadine brigate, dei Teatri, de' passeggi di Toledo, i quali tutti senza di voi languivano, come sarebbe languita la nostra Toletta, che è tutta cosa vostra. Né volendo per nulla tener calcolo

Commentato [FF85]: Messo in corsivo perché è il titolo giusto?

Commentato [FF86]: Ai?

delle nostre troppo deboli forze per condurne le materie, e gli articoli in un modo corrispondente al vostro amenissimo ingegno, deve sempre più questa impresa incontrare il vostro incoraggiamento, solo perché è un'opera dedicata principalmente a quel sesso tanto gentile, che non potrebbe far un'onta a sé stesso mandando deluse le nostre speranze (I, 1837, n. 4).

Il giornale riportava informazioni sulla moda di Parigi e forniva figurini sempre di provenienza francese. Queste immagini a colori di modelli di abiti o di accessori, spesso vendute anche al di fuori della rivista, erano molto richieste dalle signore ma anche dai sarti per poter esaudire i desideri delle clienti più esigenti. Sia perché la qualità era migliore, sia perché affascinate dal mito di Parigi capitale della moda, erano particolarmente ricercate le illustrazioni tratte dai giornali francesi che dettavano la tendenza: *Le Follet*, *Courier des salons*, *Journal des modes*, come sempre riportato dal periodico italiano. *La Toiletta* conteneva rubriche fisse tra le quali *mode a Parigi*, *attualità e notizie*, *teatri*, ma non mancavano cronache mondane, critiche e recensioni teatrali. Vi era poi una rubrica sulle *mode antiche*, storie su usi e costumi di altre terre e di altre epoche. Infine aneddoti, poesie, racconti e informazioni sui nuovi romanzi. Le lettrici erano donne che frequentavano i teatri, curiose di quanto veniva da fuori o dal passato e, secondo un costume diffuso nell'alta società, amavano suonare il pianoforte. E infatti si potevano talvolta trovare nel giornale spartiti musicali o romanze. Nel 1839 fu pubblicata un'aria di Donizetti e una romanza di Bellini, ambedue definite inedite (III, 1839, 3 e 26). È lo stesso anno del grande successo della Lucia di Lammermoor dello stesso Donizetti in Francia che portò alla nascita di una moda di abiti e di acconciature "alla Lucia" che subito giunsero a Napoli e che furono puntualmente descritti da *La Toiletta* (III, 1839, n. 3).

In questa società, mondana e raffinata, la moda era ragione di interesse anche per gli uomini che, infatti, si abbonavano alla rivista (IV, 1840, 14), perché la società imponeva anche a loro regole di eleganza e di stile che non potevano essere ignorate. Per costoro, non solo erano pubblicati figurini di abiti maschili, ma si offrivano consigli su come vestirsi e come comportarsi in pubblico. Lettori interessati erano anche gli addetti alle manifatture, sartorie, cappellai, che confezionavano abiti e accessori. Ed ecco allora nel giornale articoli che spiegavano come lavorare per soddisfare le esigenze dei clienti secondo la moda che veniva dalla Francia. Non mancavano consigli pratici, per esempio la *maniera di prendere la misura di un corsetto* (III, 1840, 23), tratto da *L'art du tailleur*. Nonostante gli argomenti trattati e un pubblico prevalentemente femminile, gli unici articoli firmati di una donna sono tratti da un giornale francese nel quale tal Errichetta B. racconta la moda delle signore d'oltralpe (III, n. 2, 1839). La stessa era citata in una rivista milanese, *La moda. Scene della vita di mode di vario genere, e teatri*,

Commentato [FF87]: Corretto?

Commentato [FF88]: Messo così ok? A meno che non sia proprio il nome della rubrica allora le indicherei tra virgolette

Commentato [FF89]: Idem, a meno che non sia proprio il nome della rubrica allora le indicherei tra virgolette

Commentato [FF90]: idem

come “la modigrafia Enrichetta di Parigi [...]” le cui lettere “sono tanto gentili, tanto precise nel descrivere le mode del giorno, che ci ripugna il non servirsi delle sue parole medesime” (IV, 1839, n. 57).

Il *Poliorama pittoresco* amplia l’offerta ad un pubblico di lettori più vasto, come si evince dal titolo completo: *Opera periodica diretta a spandere in tutte le classi della società utili conoscenze di ogni genere e a rendere gradevoli e proficue le letture in famiglia*. Tra questi era compresa anche la donna: “essere indispensabile alla felicità”, che poi era la “felicità domestica”. Si riconosceva, con più di una punta di paternalismo, che la donna oramai “da due lustri in qua progredisce sì rapidamente nella coltura presso di noi” (I, 1836, n. 1). Sin dal primo numero del 1836, è chiaro che le destinatarie appartengono ad un altro tipo di pubblico femminile. Il giornale si propone di informare le lettrici “di ciò che più nuovo giunge d’oltremonte”, “non di fogge e d’abbigliamento (Dio ne scampi, i padri, i consorti ne bandirebbono addosso la croce), ma di lavori dilettevoli ed utili” perché possano “Occupar quel tempo che rimane dal governo della famiglia [...] con il ricamo sul panno, la xilografia”. Inoltre “la buona madre cercherà un poco di svagamento nel conciliare il sonno al caro bimbo, delizia, cuor suo, con qualche canzonetta che noi le presenteremo in musica perché anche di musica si occuperà, e benedirà forse la nostra buona intenzione” (I, 1836, n. 1). Moda e musica quindi, ma declinate in maniera diversa rispetto il passato.

Nei primi anni le rubriche femminili compariranno all’interno del *Poliorama pittoresco* dando inizio ad un nuovo genere di informazione. Sopravvivono le pagine dedicate alla moda, ma cominciano a comparire articoli di economia domestica, come lavare e pulire le stoffe di seta, e vengono pubblicati disegni per realizzare ricami e figurini di moda. Vi sono anche consigli di igiene nei quali, con un’ottica anche abbastanza avanzata, ci si prende cura della salute della donna. Un articolo raccomanda un uso moderato del busto che, se eccessivamente stretto, può essere dannoso alla salute (I, 20 agosto 1836, 20). È evidente che ci troviamo di fronte ad una donna, vista nel suo ruolo di “regina della casa”, principalmente impegnata nelle sue incombenze casalinghe e meno assorbita dagli obblighi mondani.

Il successo di questo cambio di registro fu immediato. Francesco Mastriani, che, tra l’altro, collaborava con la rivista, ne parlò nei *Misteri di Napoli* dove la protagonista, la marchesa Donna Maria Amalia, appena sveglia, ricercava il foglio impiegando “[...] tre quarti d’ora a leggere le due prime colonnette [...] quelle appunto che parlavano di moda” (Musella, 2018, 129). Dal 1839, grazie a questa positiva accoglienza, il *Poliorama pittoresco* cominciò a pubblicare per le lettrici una rivista a parte: *La moda. Appendice al Poliorama pittoresco* (fig. 1). Presumibilmente contribuì alla sua fortuna anche la qualità della stampa e delle immagini inserite nel testo, molte a colori,

Commentato [FF91]: essendo il titolo l’ho messo in c.vo

Commentato [FF92]: aggiunto pittoresco e usato il c.vo

Commentato [FF93]: aggiunto

opera di litografi napoletani. L'immane figurino (fig. 2), venduto separatamente, poteva provenire dalla Francia, ma con un costo inferiore si poteva ottenere la medesima copia stampata a Napoli nella tipolitografia del giornale. Sulla prima pagina era riprodotto per lo più il ritratto di un personaggio famoso, il più delle volte si trattava di cantanti o ballerine del tempo, come Maria Taglioni e la Grisi, o di rinomati musicisti, in alternativa si potevano anche ammirare eleganti immagini a colori di elementi legati alla natura (uccelli, fiori, farfalle) (fig.3). Gli articoli erano presentati in modo molto più leggero rispetto ai periodici precedenti, la moda era raccontata, sotto forma di lettera un po' frivola, da una firma femminile, Zilmena, probabile anagramma, però, di Domenico Anzelmì (Musella, 2018, 132). Perdurava la figura quasi esclusiva del giornalista uomo. Bisognerà aspettare gli inizi del XX secolo perché anche la donna cominci ad affermarsi in quanto giornalista. Come appendice al *Poliorama pittoresco*, la rivista perse buona parte dell'impronta didascalica dei primi tempi con i suoi consigli alle donne e i suggerimenti di economia domestica. Tuttavia, l'impostazione data nel primo anno fu ripresa da buona parte dei giornali di moda femminile che si stamparono successivamente.

Commentato [FF94]: messo così

2. Dall'Unità d'Italia agli anni Trenta del Novecento

Alle soglie dell'Unità d'Italia uscirono tre periodici di moda, destinati ad un pubblico di lettrici provenienti dal ceto medio napoletano, con contenuti e rubriche tarate maggiormente sui temi dell'economia domestica. *Il collaboratore delle dame* (1858-1875), diretto da Antonio Spasiano, nel suo titolo completo dichiarava essere un "giornale speciale di lavori da donne". Con il *Mazzino delle damigelle* (1854-1874) e *La maestrina: giornale di moda* (1863), ci si rivolse anche ad un pubblico di lettrici più giovani; "mie graziose fanciulle" era detto nella presentazione de *La maestrina*. Sono giornali destinati esclusivamente a un pubblico di donne e giovanette di estrazione borghese.

La novità maggiore è proprio la scomparsa delle cronache mondane e del teatro che una volta erano il pezzo forte delle pubblicazioni destinate all'aristocratico pubblico femminile tra XVIII e XIX secolo. Ritengo che proprio l'ampliamento del pubblico di lettrici abbia portato i giornali a modificare la tipologia dei propri articoli e conseguentemente a presentare un'immagine di donna che necessitava di guida e di consigli. Le trasformazioni sociali avevano reso visibile una figura di donna, che fino ad allora non era stata presa in considerazione come possibile portatrice di interessi ("stakeholder" diremmo oggi). Malgrado ciò nella società ottocentesca era ancora considerata una figura debole che rivestiva un ruolo subalterno di "sposa e madre".

Di qui il cambiamento chiaramente didascalico, espresso sotto forma di consigli, dei periodici del secondo Ottocento. Un periodo, che sarebbe interessante approfondire nelle riviste femminili, nel quale si consolidava il ruolo della donna all'interno degli spazi domestici, mentre qualche penna di idee più avanzate comincia a porre le premesse per la nascita di una diversa figura femminile nel primo Novecento.

Nel primo numero de *La maestrina* le finalità "educative" sono esplicite. Si voleva: "formar voi, esseri gentili, ciò che la società ha diritto che siate, vale a dire le consolatrici degli uomini in questa terra d'esilio, modello d'ogni grazia l'esempio d'ogni virtù". "Novella", "Morale", "La scienza piacevole", "Istruzioni pei lavori donneschi" e "Mode" costituivano le rubriche fisse, generalmente replicate nelle tre riviste. Interessante è la rubrica sul Galateo, presente nel *Magazzino delle damigelle*, in cui si illustrava il giusto modo di comportarsi nelle più svariate occasioni. Si spiegava anche come scrivere una lettera o come fare una visita di condoglianze; si davano indicazioni sui rapporti tra servi e padroni e sui doveri della servitù.

Oltre alla rubrica sulla moda, si trattavano argomenti per istruire la donna quando si trovava in società: dalla scelta dell'abito giusto a come preparare e servire agli ospiti un buon tè o una cioccolata. Insieme ai figurini (fig. 4), si pubblicavano cartamodelli per creare acconciature, eseguire rifiniture e acconciature (fig. 5), si spiegava come eseguire ricami pizzi e merletti a crochet, lavori a maglia o all'uncinetto (fig. 6), come realizzare piccoli "lavori di fantasia", come portabiglietti e borse per tabacco. Si offrivano, poi, oltre a informazioni di economia domestica, il segreto per togliere le macchie dalla biancheria e sulla seta o per pulire i guanti, per esempio, i consigli per aggiustare o cucire gli abiti in casa, ma anche suggerimenti per la cura del corpo: come rendere le mani morbide, togliere le macchie della pelle, trattare le labbra screpolate.

Una dimensione tutta femminile, dunque, ma tutt'altro che oscurantista. Si parlava dei doveri di una sposa, di carità, della virtù del silenzio, ma anche di costumi e di stili di vita che erano di assoluta novità come i bagni di mare. La nuova tendenza non era affatto osteggiata, anzi se ne sottolineava l'azione salutare. Ne *Il collaboratore delle dame* si invitavano le signore a non coprire i capelli: "Una reticella di seta od altro basta a tenere il crine raccolto [...] l'acqua salata non altera punto la bellezza dei capelli", quanto al nuoto, "saper nuotare è cosa preziosissima" sia per poter portare soccorso in mare, sia perché il nuoto rende "più risoluti i muscoli, più alacri i movimenti" (1859, a. IV, f. 40). Dove traspare un ruolo più attivo della donna in una società che si affaccia alla modernità.

I primi anni del Novecento segnano una non casuale concomitanza tra l'evoluzione della stampa in generale, quella della moda per quanto concerne

Commentato [FF95]: i titoli delle rubriche li ho uniformati in tondo e tra virgolette

Commentato [FF96]: messo così

il nostro argomento, e il processo di modernizzazione del Paese, che aveva toccato anche Napoli. Aumenta la presenza femminile sulla stampa e compaiono quelle che Croce definirà “pulviscolo di romanzatrici”, ma soprattutto, ed è una novità importante, donne responsabili dei giornali.

La prima rivista gestita al femminile è *Pamela nubile rivista quindicinale per signorine* (1902-1903) dal titolo della commedia goldoniana, “piccola rivista... redatta da donne” e destinata “specialmente alle donne”. Proprietaria e direttrice Adele Bresciano, scrittrice e giornalista napoletana, già collaboratrice di *La donna, giornale d'Italia* (Pamela), condirettrice Bianca Ricci. In linea con la tendenza del tempo, ogni numero ospitava pagine di pubblicità tra le quali non potevano mancare quelle dei Grandi Magazzini Mele.

Il periodico di moda più interessante del periodo è certamente *Regina. Rivista per le signore e per le signorine*, fondato da Matilde Serao nel 1904 e pubblicato fino al 1920. Ricca di raffinate figure liberty su pagine patinate (figg. 7 e 8), è una rivista che si avvale pienamente dell'esperienza e delle tecniche più avanzate di stampa e di definizione fotografica, che avevano visto un'anticipazione nelle riviste illustrate, come il *Poliorama pittoresco* e l'*Omnibus pittoresco*. Il modello femminile che emergeva era di una “donna mondo” e “nel mondo”. Tipico di un ruolo che era il riflesso dell'industrializzazione del Paese e del cambiamento dei tempi. Il primo numero fu dedicato alla Regina Margherita di Savoia; nei successivi furono pubblicate immagini e biografie di donne che si erano rese protagoniste sia nella storia passata, sia nella letteratura e nella cultura moderna. Si tratta di una pubblicazione che si inserisce, sia pure con un taglio più moderato e comunque attento alle esigenze della moda, in quel movimento che vedeva un ruolo più attivo della donna tra tentativi di autonomia di genere, o di vera e propria emancipazione, che furono poi comprese negli anni della dittatura fascista. Non a caso nei primi anni Venti del Novecento furono pubblicati a Napoli, così come in tutta Italia, riviste e giornali “emancipazionisti” per promuovere un programma di solidarietà femminile, combattere le diffidenze e i pregiudizi contro le donne. In *Regina* vi erano servizi di taglio sociale e servizi giornalistici sulle nuove professioni che allora si aprivano alle donne; inoltre, brani di carattere divulgativo sugli usi e costumi delle donne nel mondo. Farà da cassa di risonanza non solo dei Grandi Magazzini Mele, ma anche delle più importanti sartorie e dei principali atelier del momento.

Tra le firme possiamo rinvenire pseudonimi di note e meno note scrittrici del tempo, come Jolanda (pseudonimo di Maria Maciocchi Plattis), Térésah (Corinna Teresa Ubertis), Biancolina una delle “signore della letteratura”, o ancora Regina, Fidelia Labruna, Brada, La Dama della Pazienza delle quali non vi è quasi più il ricordo. Tra le firme maschili ricorrente è quella del poeta e giornalista Enrico Cavacchioli. Non poteva mancare D'Annunzio, di

Commentato [FF97]: aggiunto

cui sono pubblicate delle novelle, ma lasciarono un loro contributo anche personalità come Pirandello, Pascoli, di Giacomo, Beltramelli, Carducci.

Con l'avvento del fascismo questo universo giornalistico interessato ai temi della donna è destinato a scomparire o, nel migliore dei casi, a cambiare segno ed essere inglobato nel progetto totalitario del regime. Per quanto riguarda la moda, ebbe la sua istituzionalizzazione nella creazione dell'Ente Nazionale della Moda. Una trasformazione che non avvenne senza resistenze e prese di posizione palesi.

È il caso, per esempio della giornalista Ester Lombardo, dirigente di rango del movimento femminile del PNF, che, tra il 1929-1932 aveva fondato e diretto a Napoli *Vita femminile*. Polemizzò contro l'imposizione di pubblicare solo modelli italiani: "Caro Farinacci, voi forse ignorate che in Italia non esistono fotografie di moda che possano direttamente pubblicare una pubblicazione" e contro l'Ente Moda che apponeva il suo marchio nello stesso modo sul vestituccio del grande magazzino e sull'abito di alta sartoria: "la signora nel nome dell'italianità può essere vestita pressappoco a somiglianza della propria serva" (Gnoli, 2005, 76-78).

Per avere una nuova stagione bisognerà attendere la caduta del fascismo e la fine della seconda guerra mondiale.

Riferimenti bibliografici

- Gnoli S. (2005), *Un secolo di moda italiana, 1900-2000*, Meltemi, Roma.
- Kleinert A. (2015), *Moda ed emancipazione femminile: il modello francese del "Journal des Dames et des Modes", 1797-1839*, in Franchini S., Soldani S., a cura di, *Donne e giornalismo. Percorsi e presenze di una storia di genere*, FrancoAngeli, Milano.
- Musella S. (2018), *La moda napoletana in rivista (1830-1930)*, "ZoneModa Journal", 8, 1: 119-153, july, <https://zmj.unibo.it/article/view/8228/8184>.
- Napoli M.C. (2013), *Giuseppe Maria Galanti letterato ed editore nel secolo dei lumi*, FrancoAngeli, Milano.
- Pignatiello E.P. (2012), *Le riviste dedicate ai lavori femminili dal 1925 ad oggi* http://moda.san.beniculturali.it/wordpress/wp-content/uploads/2012/01/Riviste_Lavori_Femminili.pdf.
- Sergio G. (2010), *Parole di moda. Il corriere delle dame e il lessico della moda nell'Ottocento*, FrancoAngeli, Milano.
- Talamo G., a cura di (2016), *I padri fondatori: 150 anni dello stato italiano, Senato della repubblica*, Cangemi, Roma.
- Trombetta V. (2011), *L'editoria a Napoli nel Decennio francese. Produzione libreria e stampa periodica tra Stato e imprenditoria privata (1806-1815)*, FrancoAngeli, Milano.

3. Lo spazio della moda nelle riviste illustrate tra l'Ottocento e gli anni Trenta del Novecento

di Wilma Leone

Abstract

Women's periodicals saw great developments in the years between the end of the 19th century and the early 20th century. Popular fashion magazines introduced fashion sketches and images of models, symbols of an elegance which is accessible to all. At the same time ample space was given to Culture, Arts and Leisure, forming one of the first steps on the long and arduous road to emancipation of women in Italy.

Introduzione

Nella seconda metà dell'Ottocento si assiste alla progressiva diffusione di riviste femminili pubblicate da tutti i più importanti editori del tempo. Le ragioni di questo fenomeno vanno ricercate sia nel più alto tasso di alfabetizzazione sia nell'ascesa delle classi borghesi che, attraverso i giornali, mirano ad acquisire modelli comportamentali tipici dell'aristocrazia (Carrarini, 2003, 798). Le riviste si caratterizzano per la presenza di numerose rubriche che riguardano l'economia domestica e l'educazione dei figli, ma anche la letteratura, l'arte, il teatro. Alla moda viene dedicato ampio spazio con la presentazione delle principali novità, a cui fanno da contrappunto i figurini, spesso inseriti in contesti familiari o sociali e corredati di didascalie esplicative. Un evidente segnale di cambiamento dei tempi è dato dalla presenza all'interno delle redazioni di scrittrici e giornaliste che, spesso celandosi dietro uno pseudonimo, offrono un contributo decisivo all'elaborazione dei contenuti delle riviste di moda, creando "un registro linguistico" rispondente alle esigenze del pubblico femminile (Franchini, 2004, 105). Grazie alla pre-

senza dei fratelli Treves, di Edoardo Sonzogno e di Ferdinando Garbini, Milano si pone alla testa delle città italiane nella produzione e diffusione dei giornali di moda (Carrarini, 1992, 275).

1. La moda di fine Ottocento nelle pagine del giornale *Il Bazar*

Milanese è *Il Bazar. Giornale illustrato delle famiglie*, pubblicato dal 1865 al 1915 da Ferdinando Garbini (Carrarini, Giordano, 1993, 34) che fonda nell'arco della sua quarantennale attività numerose riviste rivolte alle donne del ceto medio dell'epoca (Messina, 1992, 292).

Gli intenti educativi che permeano la cultura della seconda metà dell'Ottocento animano le pagine de *Il Bazar* che si pone l'obiettivo di fornire regole di comportamento per ogni occasione, presentandosi come una "raccolta completa di tutto ciò che può interessare la donna nei suoi rapporti sociali e familiari". Ampio spazio è riservato all'economia domestica e all'educazione dei figli, ma sono presenti anche racconti e novelle moraleggianti, articoli di carattere storico, biografie, notizie di viaggi e costumi, musica, teatro, belle arti.

Poiché l'abito deve essere sempre adeguato al luogo e all'occasione sociale, la rubrica "Mode" fornisce indicazioni sulle ultime novità provenienti da Parigi riguardanti toelette da appartamento, da passeggio, da ballo, da soirèe, da teatro o da concerto, da visita e da ricevimento, da città e da campagna, proponendo numerosi figurini pubblicati in un primo momento all'interno della rivista e successivamente nell'inserto *Album di mode e dettagli di toletta* (dal numero di settembre del 1883, la parte letteraria e quella dedicata alla moda vengono suddivise in due inserti di otto pagine ciascuno).

Nonostante l'invito alla moderazione e alla gestione oculata delle finanze continuamente rivolto alle lettrici, i modelli presentati sono spesso ricercati e costosi e richiedono per la loro esecuzione stoffe pregiate e ricche guarnizioni. La redazione de *Il Bazar* si giustifica dall'accusa di non rimanere ligia "al programma di offrire alle famiglie modelli di un abbigliamento poco dispendioso e in linea con le abitudini modeste delle lettrici", affermando che il giornale registra fedelmente "le stranezze e i travimenti" della moda, ma mette in guardia contro i pericoli del lusso esagerato: d'altra parte, di ciascun abito si possono conservare "la forma e la disposizione", scegliendo stoffe meno costose ("Spiegazione dell'album di mode e dettagli di toletta", *Il Bazar*, 1883, 18, 2: 14), cosicché la signora economica "può rimanere entro i limiti di un'eleganza modesta, onde non spendere più di quello che le consentono i mezzi finanziari" ("Mode", *Il Bazar*, 1883, 18, 4: 2).

La linea degli abiti è ispirata alla novità più importante dell'ultimo trentennio dell'Ottocento e ancora in voga nei primi del Novecento, la *tournure*, utilizzata per ampliare il panneggio della gonna nella parte posteriore, accentuando per contrasto l'esile figura del busto costretto in corsetti strettissimi (Gigli Marchetti, 1992, 543). Nessun rimpianto per la crinolina che tanto successo aveva riscosso nella prima metà del secolo: "noi porteremo delle gonne più guernite, ma nulla che rammenti quella moda tanto criticata [...] i fianchi si delineano sempre esattamente, e malgrado tutto, non v'è alcuna velleità per le... gabbie di acciaio" ("Corriere parigino", *Il Bazar*, 1904, 39, 4: 9).

Le spiegazioni dei figurini sono precise e dettagliate e riguardano la realizzazione degli abiti, i colori, le stoffe da utilizzare, le finiture – i diversi tipi di colletti, i fisciù di seta o di merletto, le maniche, le frange e le decorazioni – ma anche gli accessori, come guanti, ventagli, cappelli e ombrellini, che rappresentano un complemento indispensabile della toeletta.

L'attività laboriosa del giornale viene descritta efficacemente in uno degli articoli a firma di Corinna: "la famiglia del Bazar ha i suoi fornitori e questi sono in primo luogo le officine di Parigi, dove numerosi artisti creano per esso i disegni di moda e molti lavoratori preparano le incisioni di rame, stampano e coloriscono i figurini che volta per volta ci vengono spediti in casse a grande velocità. Altro importante fornitore è la litografia che, riproducendo i disegni, prepara le tavole di ricami e di modelli. Non parliamo della cartiera, della fonderia di caratteri e dei tanti altri fornitori, più o meno importanti, e fermiamoci a considerare quanto enorme lavoro importi questa pubblicazione che va da trent'anni – compiuti con questo numero – uscendo metodicamente, regolarmente al primo ed al quindicesimo di ogni mese!" (1895, 1 novembre, *Il Bazar* 30, 12: 9).

2. Le riviste del Novecento e l'affermazione della moda à la garçonne

Ad un pubblico femminile medio e alto borghese è destinata la rivista quindicinale illustrata *La donna*, uscita il 1 gennaio 1905 come supplemento de *La Stampa* di Torino e de *La Tribuna* di Roma e successivamente edita da Mondadori e da Rizzoli fino al 1968 (Carrarini, Giordano, 1993, 106).

La donna dichiara programmaticamente di voler essere "la rivista preferita ed indispensabile di ogni dama e fanciulla italiana, cercando l'affermazione della personalità femminile attraverso gli echi svariatissimi delle estrinsecazioni dell'attività muliebre" (1905, 1, 1: 3). Le rubriche sono numerose e

Commentato [FF98]: c.vo

vanno dalla letteratura al teatro, all'arte, alla cronaca mondana senza tralasciare la vita domestica, la moda, "profumo e segreto dell'eleganza femminile", e dedicando ampio spazio a figure note e meno note di letterate, attrici, artiste, regine e principesse italiane e straniere. Direttore della rivista è Nino G. Caimi, coadiuvato dalla redazione costituita da Dino Mantovani, Domenico Lanza, Luigi Alberto Villanis, Costanzo Einaudi, Donna Maria per la rubrica dedicata alla casa e alla cucina e Jeanette per i consigli di bellezza e toeletta. Fin dal primo numero si annuncia la partecipazione di importanti scrittrici, tra le quali si annoverano Ada Negri, Matilde Serao, Grazia Deledda, Amelia Rosselli, Neera.

La pagina della moda è affidata a Lady Smart che nel suo corriere quindicinale illustra le novità più importanti provenienti da Parigi, Londra e Vienna, commentando i figurini pubblicati contemporaneamente anche da *Femina*, la rivista francese con cui *La donna* "ha rapporti di alleanza e reciprocità". I consigli di Lady Smart sono improntati alla praticità e conformati alla regola del buon gusto che supplisce al denaro. La somma annua che una signora deve riservare all'abbigliamento è di un decimo dei proventi familiari, ma qualora le finanze non dovessero consentire una tale spesa, in ogni caso non le sarà preclusa la possibilità di seguire i dettami della moda: una donna abile ed economica sarà in grado di confezionarsi da sé abiti e cappellini, traendo ispirazione dai figurini pubblicati nella rubrica e avvalendosi della possibilità di ricevere, dietro pagamento, i cartamodelli provvisti di tutte le indicazioni necessarie per l'esecuzione (Lady Smart, 1905, "Nel regno della moda", *La donna*, 1, 1: 28).

Dinanzi alle prime affermazioni di libertà e di autonomia femminili, la rivista mantiene una posizione moderata, dichiarandosi, entusiasta della donna automobilista, ma rifiutando assolutamente la donna campione, "l'intrepida guidatrice di automobili, che affronta i pericoli e la lotta di una corsa automobilistica" (*La donna*, 1905, 1, 1: 8).

Come era avvenuto per le prime cicliste ("La donna e la bicicletta", *Il Bazar*, 1895, 30, 6: 6), anche nel caso delle donne automobiliste si pone il problema di individuare l'abito che possa meglio interpretare il nuovo ruolo e che soprattutto riconduca ad una dimensione femminile, e quindi maggiormente accettabile per la società, un'attività che fino a quel momento era stata considerata prettamente maschile. La battaglia per l'utilizzo di indumenti adeguati alle diverse occasioni viene condotta in quegli anni anche in ambito sportivo: il giornale riporta il caso dell'abbigliamento da montagna, esortando le signore a mostrare maggiore coraggio e indipendenza nell'adottare abiti adatti alle fatiche e ai disagi dell'ambiente, solo così esse potranno essere di esempio agli altri e decreteranno la vittoria del buon senso e della praticità ("Per una riforma nell'abito da montagna", *La donna*, 1908, 4, 86: 25).

Se si eccettua l'affermazione del pratico e comodo tailleur, spesso guarnito di satin o di taffetas e ornato da sciarpe preziose e ricercate, nei primi anni del Novecento la moda mantiene nel complesso stretti legami con la tradizione ottocentesca. Solo nel secondo decennio del secolo, si compie, ad opera del geniale couturier Paul Poiret, quella rivoluzione che consentirà di accantonare definitivamente busti e corsetti, adottando abiti dalla linea verticale che disegnano la silhouette (Gnoli, 2005, 26).

La donna, pur consapevole del rischio di non incontrare il favore e l'apprezzamento di tutte le lettrici, propone la nuova tendenza della moda parigina fatta di linee "assottigliate e fluenti", stoffe dalle "tinte sempre vivacissime sebbene mai urtanti né sguaiate", abiti "tanto poco rigidi" che "sembra sempre di vederne emergere nuda la persona, senza fatica e senza sforzo per un solo colpo di bacchetta magica" (Milady, 1914, *La donna*, 10, 217: 27).

Durante il primo conflitto mondiale, nonostante le difficoltà dovute alle contingenze belliche, le case di moda proseguono la loro attività, con la creazione di abiti che pur mancando di "slancio e d'arditezza" testimoniano comunque un tentativo di rinnovamento. D'altra parte il settore dell'abbigliamento costituisce ormai una voce importante dell'economia, dalla cui "prosperità dipende la vita di una nazione, il benessere di tutta una popolazione, il pane di tante vedove e di tanti orfani: ed è quindi naturale che dopo lo stordimento dei primi mesi si debba pensare a risanarla e farla camminare" (Donna Bice, 1915, "Un po'... di moda", *Varietas*, 12, 131: 275). Tra le riviste che vengono stampate in questo periodo vi è *Varietas* fondata dalla casa editrice Sonzogno (Barile, 1986, 95) che, con "una pubblicazione molto varia, che tratti di tutto e che serva per tutti", risponde alle esigenze formative e di svago di un pubblico piccolo borghese.

Nel primo numero, uscito nel maggio del 1904, è esposto il programma del mensile che conterrà scritti originali di illustri autori italiani, pagine di varietà e curiosità, rubriche utili riguardanti la medicina, la moda e la casa, uno spazio dedicato alla musica e ai musicisti, articoli sui progressi dell'industria e del commercio nel nostro paese, recensioni bibliografiche e un notiziario per essere sempre aggiornati sulle novità del mondo letterario, artistico e scientifico italiano e straniero. A rendere ancora più attraente la rivista vi saranno le fotografie, "documenti preziosi e caratteristici della vita moderna" e le incisioni "tratte da disegni originali dei più valenti artisti". Numerosissime le inserzioni pubblicitarie, inserite in appendice alla rivista, molte delle quali riguardano sia collane tematiche che altri periodici pubblicati da Sonzogno come *La novità*, *La moda illustrata*, *Il figurino*, *Il ricamo*, a testimonianza dell'efficace e moderno sistema di autopromozione dei propri prodotti posto in atto dalla casa editrice milanese (Barile, 1977, 99).

Direttore della testata è Giannino Antona-Traversi e tra i collaboratori si

annoverano Vittoria Aganoor-Pompilj, Luigi Capuana, Salvatore Di Giacomo, Luigi Pirandello.

Nella rubrica “Moda, arte ed industria”, oltre ai consigli sulle ultime novità, trova spazio anche la questione della moda italiana, dibattuta fin dalla metà dell’Ottocento e ancora attuale in quegli anni soprattutto grazie all’impegno indefesso di Rosa Genoni tra le più attive sostenitrici di una moda non più subordinata ai dettami di Parigi. L’articolo di *Varietas*, a firma di Fidelia, sottolinea la grande abilità delle maestranze italiane richieste e apprezzate nei grandi atelier stranieri, ma nel contempo si sofferma a considerare come in Italia manchi “l’accordo, la fusione tra i vari interessati, quella mirabile fusione d’intenti comuni, che esiste negli altri paesi, quella cooperazione fra industriali, artisti e editori, scrittori, disegnatori, critici d’arte, che rappresenta una viva forza nazionale” (Fidelia, 1904, “Moda, arte ed industria”, *Varietas*, 1, 7: 329).

Al termine del primo conflitto mondiale, nonostante i numerosi tentativi per l’affermazione della moda italiana, Parigi continua a rappresentare un punto di riferimento ineludibile per sarti e couturier. D’altra parte sono proprio le case di moda francesi ad interpretare il cambiamento prodotto dalla grande guerra, adeguando l’abbigliamento al nuovo stile di vita della donna impegnata a svolgere, al di fuori delle mura domestiche, lavori un tempo riservati all’uomo (Merlo, 2015, 50).

Il nuovo ideale di bellezza, rappresentato dalla moderna ed emancipata *garçonne*, non viene condiviso da *Varietas* che in fatto di moda si attesta su posizioni piuttosto conservatrici: nell’articolo “Il tramonto della donna” Enrico Gianeri, caricaturista e scrittore umoristico, lamenta la scomparsa della “donna classica ricca di curve e di femminilità”, si scaglia contro “gli spietati demolitori di capigliature femminili”, mette alla berlina “la donna infagottata in abiti piatti senza forma, che respinge la camicia per adottare gli antipatici calzoncini semi mascholini”, asserendo che “sarti, barbieri, case di bellezza si sono definitivamente e implacabilmente alleati per demolire gli ultimi residui di carattere e di gentilezza che ancora resistevano nella donna” (Gianeri, 1926, “Il tramonto della donna”, *Varietas*, 26, 10: 634).

Nonostante gli ostacoli e le resistenze, lo stile à la *garçonne* si afferma ben presto anche grazie alla stampa che diffonde gli elegantissimi figurini realizzati negli atelier francesi.

Le cose belle. Rivista illustrata di arte e varietà, pubblicata con periodicità mensile dalla casa editrice Bottega d’arte di Carpi, intende farsi portavoce delle più importanti novità di quegli anni, “bilanciando con equità le pagine fra letteratura e mode, parodia e poesia, disegni e caricature” (*Le cose belle*, 1926, 1, 1: 1).

Diretta da Vittorio Curti ed Enrico Orso, la rivista si avvale della collaborazione di Luisa Sartori, Giovanna Migliori, Armando Curcio, Nardo Leonelli ed è arricchita dalle xilografie di Augusto Zoboli. La rubrica “Suk”, “dedicata a quanto vi è di più raffinato e adatto all’ornamento della persona elegante” è affidata a Gaby che non si limita a passare in rassegna le principali proposte dei couturier, ma mira a cogliere le atmosfere e le suggestioni delle capitali della moda, riportando con ironia note di costume e aneddoti. Così nell’articolo “Lettere londinesi” le riflessioni sullo spleen e sui matrimoni dell’aristocrazia britannica introducono il discorso sulla moda inglese, in alcun modo paragonabile per eleganza e ricercatezza a quella francese: in un panorama caratterizzato da “cattive imitazioni di figurini di Parigi o da creazioni originali ma di cattivo gusto”, l’unica eccezione è rappresentata dagli abiti da sport, nella cui produzione gli inglesi eccellono, d’altra parte – commenta Gaby – “in Inghilterra si vive di the, di pudding o di sport” (Gaby, 1926, “Lettere londinesi”, *Le cose belle*, 1, 2: 15).

In “Lettere parigine” si pone l’accento sul sistema di imprese artigianali e industriali, nell’ambito del quale si sviluppa la straordinaria rivoluzione che la moda vive negli anni ’20 del Novecento: “a Parigi esistono e prosperano più di 5000 stabilimenti di ‘toilettes’, cappelli, ‘fourrures’, ‘lingeries’ senza contare i cosiddetti ‘ateliers d’art’ ossia le fabbriche di borsette, profumi e ninnoli indispensabili alla vita di una donna chic. In questi stabilimenti sono impiegati tra modelistes, mannequins e vendeuses non meno di 300.000 persone, (il 10% della popolazione parigina!)” (Gaby, 1926, “Lettere parigine”, *Le cose belle*, 1, 1: 13), un piccolo mondo che grazie alla genialità di alcuni couturier impone ovunque la moda francese.

A partire dal secondo numero della rivista, lo spazio della moda si arricchisce di una nuova pagina curata dall’attrice Adriana De Cristoforis che consiglia modelli che possono essere indossati da mattina a sera. La moda dell’Ottocento con la gamma infinita di abiti per ogni occasione della vita è ormai lontana, le parole d’ordine sono adesso funzionalità e adattabilità: il vero “chic” consiste nello scegliere un abbigliamento che corrisponda “a prima vista” all’uso che se ne voglia fare e poiché “l’esistenza è molto movimentata, le occupazioni diverse e spesso contraddittorie nel corso della stessa giornata”, a Parigi hanno creato abiti semplici ed elegantissimi che si adattano ad ogni ora. Per coniugare raffinatezza e praticità occorre tenere conto del colore, della forma e della qualità del tessuto. In particolare la scelta del colore risulta importantissima, in quanto difficilmente la medesima tinta potrà essere adeguata al mattino come per la sera. Ecco allora il suggerimento di prediligere i toni neutri del grigio e del beige, gli stessi che in quegli anni adotta Chanel per le sue creazioni (Gnoli, 2005, 37) e che

“permettono di comporre delle toilette leggiadre e mettibili in tutte le occasioni” (De Cristoforis, 1926, “Ultime note di una stagione che muore”, *Le cose belle*, 1, 2: 23).

Non riveste minore importanza la scelta delle stoffe, tra le quali si devono privilegiare le lane fini, il marocain, il velluto, “convenienti sia per la sera come per il pomeriggio”. Al mutamento dello stile di vita e, conseguentemente, dell’abbigliamento femminile, corrisponde un nuovo ideale di bellezza che è caratterizzato da stature eleganti e corpi slanciati, poiché “in tutti i tempi l’eleganza è alleata alle forme snelle” (De Cristoforis, 1926, “Ultime note di una stagione che muore”, *Le cose belle*, 1, 2: 24).

3. La moda autarchica nella stampa femminile fascista

Il regime fascista, in contrasto con la moda dell’epoca, conduce una campagna contro la magrezza, imponendo il modello di donna forte e robusta, presupposto ritenuto indispensabile per dare figli sani alla patria. Ne “La pagina della moda” della *Rassegna femminile italiana* Teresita Fiore scrive: “gli igienisti si chiedono con terrore: ritorneranno le vitine di vespa, tanto depredate da chi sa di quali danni siano apportatrici? No, la moda questa volta non fa divorzio dal...buon senso e conservando alla figura femminile la linea elegante e morbida che la natura le ha data, non la esagera con rigide strettoie” (Fiore, 1928, “La pagina della moda”, *Rassegna femminile italiana*, 3, 21: 17).

Pubblicata dal 1925 al 1930 e diretta da Elisa Majer Rizzioli, la *Rassegna femminile italiana. Bollettino ufficiale dei fasci femminili* si rivolge alle donne fasciste col proposito di affrontare i temi della maternità e dell’infanzia, dell’educazione fisica e morale delle giovani, della propaganda e della difesa delle opere e del lavoro italiani.

La rivista presenta anche rubriche di letteratura, musica e organizzazione della casa, per le quali si avvale della collaborazione di Vittoria Gazzei Barbetti, Camilla Del Soldato, Maria Tronconi Tuzi.

La pagina dedicata alla moda, curata da Elena Morozzo Della Rocca Muzzati e, successivamente, da Teresita Fiore, presenta le ultime novità con la riproduzione dei figurini de *Il grillo del focolare*, periodico mensile illustrato per la gioventù e le famiglie, fondato a Milano nel 1917 e a partire dal 1928 offerto in abbonamento cumulativo con la *Rassegna (Rassegna femminile italiana)*, 1928, 3, 12: 17). L’immagine femminile propagandata dalla rivista risponde perfettamente al modello sostenuto dal regime fascista. Durante il ventennio, il processo di emancipazione viene bruscamente interrotto e il ruolo della donna ricollocato nell’unica dimensione di moglie e madre

(Vaccari, 1978, 91): “la donna, abbandonando la casa, sua sede naturale e sua reggia, perde la sua essenza a tutto scàpito della società nazionale. Volere che ella possa curarsi del lavoro esterno e dedicare le sue cure alla maternità è il peggiore dei sofismi e la più grande delle aberrazioni: o madre di famiglia o niente” (Macaluso Aleo, 1928, “Femminismo e fascismo”, *Rassegna femminile italiana*, 3, 19: 3).

Se non vorrà incorrere nel biasimo dei familiari, la donna dovrà perciò adottare un abbigliamento severo e castigato: “La vera signora vaglierà i cento modelli lanciati dalle grandi case, attenendosi a quelli più sobri, e modificandoli poi anche secondo il gusto personale” (*Rassegna femminile italiana*, 1928, 3, 12: 17). Banditi gli abiti che lasciano nude le spalle e le braccia e gli orli che scoprono troppo arditamente il ginocchio: “il ginocchio è il confine. Variabile di qualche centimetro appena. Ma basta un centimetro di più, o un centimetro di meno perché sia il limite della convenienza, o traligni verso l’inverecondia” (LFZP, 1928, “Il figurino”, *Rassegna femminile italiana*, 3, 18: 17).

La pelliccia è il capo più in voga del periodo, proposta perfino nella versione estiva come guarnizione di soprabiti e tailleur e realizzata anche in talpa e coniglio (Fiore, 1929, “La pagina della moda”, *Rassegna femminile italiana*, 4, 21: 16), in ossequio alle direttive del regime che richiedono di utilizzare materie prime nazionali (Gnoli, 2017, 128).

A seguito dell’incentivazione della politica autarchica, vengono emanati una serie di provvedimenti relativi all’impiego di fibre italiane nell’industria tessile, all’istituzione di una marca di garanzia per l’abbigliamento e all’epurazione di tutti i termini stranieri utilizzati nel linguaggio della moda, per cui il tulles diventa “tullo”, i volant “volanti” e il tailleur “completo a giacca”.

La rivista *Varietas* muta il sottotitolo in *Rassegna di vita autarchica italiana* e, in linea con la propaganda del regime sull’autosufficienza e la italianità dei prodotti, esalta la superiorità della canapa rispetto al cotone: “una moda sana e una sensata preferenza l’hanno introdotta da signora in tutte le case d’Italia e dell’Impero, sotto forma di tessuto per abiti e biancheria personale” (Casini, 1940, “Importanza della canapa in regime autarchico”, *Varietas*, 36, 426: 4).

È interessante notare come i figurini che negli articoli pubblicizzano le creazioni nazionali, realizzate in lino, canapa e in fibre tessili artificiali come il rayon, proponano un’immagine della donna elegante e slanciata, lontana dal modello fascista, suggerendo una certa autonomia della stampa femminile rispetto ai canoni di bellezza imposti dal regime.

La pagina della moda, nel riflettere le sollecitazioni politiche, culturali e sociali, offre una chiave di lettura preziosa per comprendere il periodo tra la fine dell’Ottocento e il ventennio fascista, consentendo di delineare la prima

fase del lungo e faticoso processo di emancipazione della donna in Italia. Dagli articoli a firma di giornaliste, la cui identità è spesso sconosciuta, emergono i condizionamenti delle convenzioni sociali, le istanze di indipendenza e partecipazione e, molto spesso, la difficoltà di conciliare il modello tradizionale e l'immagine della donna moderna, libera ed autonoma.

Significativa è anche l'attenzione che le giornaliste riservano all'industria della moda, dimostrando di conoscerne bene i meccanismi di produzione e la ricaduta in termini di opportunità lavorative e ritorno economico: alcune idee, come la creazione di una rete di operatori del settore, si realizzeranno soltanto nella seconda metà del Novecento, quando la moda italiana, ormai affrancata dal modello parigino, si affermerà con caratteri di originalità tali da renderla unica nel panorama internazionale.

Riferimenti bibliografici

- Barile L. (1977), *Per una storia dell'editoria popolare: le riviste illustrate Sonzogno*, "Esperienze letterarie", 2, 1: 97-110.
- Barile L. (1986), *Un fenomeno di editoria popolare: le edizioni Sonzogno*, in Tor-torelli G., a cura di, *L'editoria italiana tra Otto e Novecento*, Analisi, Bologna.
- Carrarini R. Giordano M. (1993), *Bibliografia dei periodici femminili lombardi. 1786-1945*, Bibliografica, Milano.
- Carrarini R. (2003), *La stampa di moda dall'unità ad oggi*, in Belfanti C.M., Giusberti F., a cura di, *Storia d'Italia. La moda*, Einaudi, Torino.
- Carrarini R. (1992), *Tendenze e caratteri della stampa destinata alle donne*, in Gigli Marchetti A., Torcellan N., a cura di, *Donna lombarda. 1860-1945*, FrancoAngeli, Milano.
- Franchini S. (2004), *Cultura nazionale e prodotti d'importazione: alle origini di un archetipo italiano di "stampa femminile"*, in Franchini S., Soldani S., a cura di, *Donne e giornalismo. Percorsi e presenze di una storia di genere*, FrancoAngeli, Milano.
- Gigli Marchetti A., *Regina della casa, regina della moda. La moda in un secolo di storia (1850-1950)*, in Gigli Marchetti A., Torcellan N., a cura di, *Donna lombarda. 1860-1945*, FrancoAngeli, Milano.
- Gnoli S. (2005), *Un secolo di moda italiana. 1900-2000*, Meltemi, Roma.
- Gnoli S. (2017), *Eleganza fascista. La moda dagli anni Venti alla fine della guerra*, Carocci, Roma.
- Merlo E. (2015), *Moda italiana. Storia di un'industria dall'Ottocento a oggi*, Marsilio, Venezia.
- Messina F. (1992), *I periodici per la famiglia di Ferdinando Garbini*, in Gigli Marchetti A., Torcellan N., a cura di, *Donna lombarda. 1860-1945*, FrancoAngeli, Milano.
- Vaccari I. (1978), *La donna nel ventennio fascista (1919-1943)*, in *Donne e Resistenza in Emilia-Romagna*, Vangelista, Milano.

Commentato [FF99]: anno?

4. *Il paradiso delle signore: mode, ruoli di genere e bon ton nell'Italia degli anni Sessanta*

di Maria Rosaria Pelizzari

Abstract

The essay tells about the “Italian Economic Miracle”, between the Fifties and the Sixties of the Twentieth Century. The main social and cultural aspects of this period are analyzed through the *Enciclopedia della donna* (The Encyclopedia of the Woman), a work of twenty volumes, published from 1962 to 1964. The Encyclopedia included everything that a woman had to know “for being perfect”. It was a sort of vademecum that provided a mine of advices and rules to follow for aspiring girlfriends, brides and mothers.

Commentato [FF100]: Uniformato così

Premessa

Perché “Il paradiso delle signore”? Il titolo, un po’ singolare, si ispira a due opere ambientate, entrambe, all’interno di un grande magazzino (il Paradiso, appunto) ma in due momenti storici differenti. Mi riferisco, come prevedibile, al romanzo di Emile Zola, *Au Bonheur des Dames* (*Al paradiso delle signore*), pubblicato a Parigi nel 1883, in cui l’autore, attraverso una storia sentimentale, guida il lettore nel mondo dei grandi magazzini, una delle innovazioni del secondo Ottocento. L’altra opera è, in realtà, una soap opera trasmessa su Rai 1 e ispirata all’omonimo romanzo di Émile Zola, ma ambientata a Milano, in un grande magazzino, tra la fine degli anni Cinquanta e i primi anni Sessanta del secolo scorso. Le vicende, quelle del romanzo e quelle della fiction, anche se lontane nel tempo e nello spazio, sono calate in scenari e momenti epocali caratterizzati da una società in trasformazione in cui, di fronte alla tradizione, ancora presente nella cultura e, soprattutto, nella mentalità, stava avanzando a grandi passi l’innovazione. Periodi

caratterizzati da un generale ottimismo che favoriva la nascita dei consumi. Il grande magazzino, sia nella Parigi del secondo Ottocento che nella Milano degli anni del miracolo economico, può rappresentare, efficacemente, il simbolo di una società che puntava sulla diffusione dei consumi e sulla celebrazione di modelli e stili di vita “moderni”, grazie alle nuove frontiere del mercato e della produzione (Papadia, 2005).

In quei due *paradisi*, di fronte a una merce esibita come oggetto del desiderio, veniva sollecitato qualsiasi sogno di bellezza, qualsiasi capriccio di moda, qualsiasi voglia di successo. Essi erano un polo di attrazione, una fonte inesauribile di invito all’acquisto, che ammaliava i consumatori, e soprattutto le consumatrici, affascinate dal nuovo e accattivante gioco degli spazi aperti, stregate dalle vetrine fastose, abbagliate dalle luci disposte ad arte. Il grande magazzino, che vendeva tutto quello che poteva interessare una donna, aveva fatto della pubblicità e dell’organizzazione, metodologicamente programmata, della vendita, i propri strumenti e, nello stesso tempo, i propri obiettivi. Esso pertanto riesce a raffigurare bene l’immagine di grandi e pervasive rivoluzioni socioculturali, come quella che mi accingo a raccontare in queste pagine: l’Italia del miracolo economico. Un miracolo che sarà da me analizzato, dal punto di vista della moda e delle mode di quegli anni, attraverso un’opera di notevole interesse, una sorta di *Paradiso delle signore* a stampa, con le sue pagine illustrate, ricche di colori e popolate da tanta bella gente, decisamente *à la mode* o, come si direbbe oggi, *trendy*. Si tratta dell’*Enciclopedia della donna*, pubblicata, dai fratelli Fabbri, negli anni Sessanta, in edicola, in fascicoli settimanali, poi raccolti in volumi. Ma su di essa torneremo in seguito. Mi soffermerò dapprima, per grandi linee, sulle enciclopedie pensate per le donne, un genere editoriale di successo.

Esse erano una sorta di manuali di comportamento della donna piccolo-medio borghese che fornivano nozioni, direi pillole, di vario tipo: di arte e storia, diritto, letteratura (soprattutto, grandi scrittori e i loro romanzi, sia italiani che stranieri), accanto a conoscenze basilari di igiene (della casa e della persona), diete, sport, benessere e salute, bellezza e, naturalmente, ricette e consigli per la cucina. Si forniva quel tanto che bastava per ben figurare durante le conversazioni nel salotto di casa o in qualche occasione mondana. Quei volumi erano un compendio, sia dei consigli dei vecchi galatei destinati alle giovani dell’aristocrazia e dell’alta borghesia, sia una scelta mirata di nozioni, alla maniera delle piccole enciclopedie. Se ne registrano già a cavallo tra Ottocento e Novecento, più volte ristampati con varie aggiunte e modifiche, fino al primo decennio del Novecento (Morais, 1890; De Amicis, 1892, 1910). Si stamparono volumetti con nozioni e consigli dedicati alle donne anche nel corso degli anni Quaranta (Ugo, 1943), negli anni Cinquanta (*Il vademecum*, 1950; Dominici, 1952; Salvagno e De Stefanis,

1954; Chirone, 1956-57), e anche negli stessi anni Sessanta (Melchionna e Di Giorgio, 1963; Bertoni Jovine, 1965; De Agostini, 1967). Nessuna, tuttavia, era un'opera monumentale come quella dei fratelli Fabbri, di cui si tratterà da qui a poco. Dopo i fratelli Fabbri anche gli Editori Riuniti pubblicarono, in due volumi, una loro *Enciclopedia moderna della donna* sottolineandone, già nel titolo, la “modernità” (Bertoni Jovine, 1965). Di recente, si sono ispirati all'*Enciclopedia della donna*, un pamphlet e un romanzo, che ne hanno parlato, ironizzando su quel corredo di regole e precetti destinati alle donne benedicate di circa sessant'anni fa (Costa, 2006; Parrella, 2017).

1. L'*Enciclopedia della donna*

L'*Enciclopedia della donna* (d'ora in poi, *Enciclopedia*) racchiudeva, come si è accennato, tutto quello che una donna *doveva* sapere per essere perfetta. Era una sorta di prontuario, un vademecum con certificato di *bon ton*, che forniva una miniera di consigli e di regole da seguire per aspiranti fidanzate, spose e madri. Un'attenzione particolare era riservata alla rubrica “Galateo”, che doveva plasmare la perfetta padrona di casa (fig.1).

Pubblicata ogni sabato, in edicola, dal 1962 al 1966, in fascicoli settimanali da 150 lire ciascuno (circa quattro volte in più di un quotidiano), consta in tutto di 200 dispense, poi riunite in 20 volumi di complessive 4.598 pagine, compresi l'indice degli argomenti e quello analitico. Quei volumi, ricchi di illustrazioni, riproducevano un po' tutto l'immaginario della signora di classe e della donna “moderna”, passando dai consigli per le pulizie primaverili ai segreti per trasformare, con gli accessori, un vestito da sportivo a elegante, fino ai fondamenti dell'arte della conversazione per ben figurare nel salotto di casa o in pubblico. Significativo il sottotitolo: *Grande enciclopedia di nozioni pratiche e di cultura generale*, che la presentava come una sorta di manuale di economia domestica e “arti donnesche”. Cosa che, in realtà, era. Ma non solo. La “donna moderna”, disegnata dai consigli e dalle nozioni fornite, volume dopo volume, dall'*Enciclopedia*, sapeva sostenere conversazioni intellettuali con i propri commensali e, allo stesso tempo, era un'esperta di bellezza e di *bon ton* (fig. 2). Da qui i consigli rigorosi sull'economia domestica, le buone maniere, la cucina, l'arredamento, la medicina, il lavoro a maglia e persino l'arte e la letteratura, nonché nozioni di merceologia (fig. 3). Uno degli obiettivi principali era, soprattutto, fornire regole per tutte le occasioni, anche quando non era affatto necessario. Lo sguardo del compilatore, attento a fornire consigli su tutto ciò che bisognava fare tra le mura domestiche, diventava particolarmente preciso e dettagliato nel disci-

Commentato [FF101]: Come devo uniformare? Corsivo o tondo?

plinare il comportamento femminile in pubblico. Per avere un quadro completo della multidisciplinarietà delle materie esposte, sarà utile riportare gli argomenti trattati in tutti i volumi, come si deduce dal ricco e completo *Indice degli argomenti dei venti volumi*, pubblicato alla fine dell'opera. Eccoli:

abbigliamento; arredamento; arti; arti minori; biancheria per la casa; bilancio familiare; carriere femminili; chimica-fisica; chirurgia estetica; cinema; consigli legali; corso di cucina; cosmesi; costume; cucito; dietetica; educazione civica; educazione dei figli; elettrodomestici; galateo; genetica; giardinaggio; ginecologia; ginnastica estetica; gioielli e bigiotterie; gli stili nella casa; guardaroba; la donna nell'arte; la donna nel mondo; letteratura; maglia; medicina; merceologia; morale; musica; ostetricia; passatempi utili; pediatria; piccola farmacia; previdenza e tributi; psicologia; puericoltura; pulizia della casa; rammendo; religione; ricamo; ricette; storia; taglio; teatro; turismo; uncinetto; varietà; zoologia.

Quei volumi facevano bella mostra di sé sulla mensola del tinello buono delle case italiane come preziosa fonte di un sapere domestico, che si trasmetteva di madre in figlia. Se era opinione comune che una donna dovesse essere ordinata, nell'abbigliamento: dai capelli, ai vestiti, agli accessori, nel modo di camminare e di stare seduta, ecco, puntuale, il precetto: "nei luoghi pubblici la donna di buon gusto sarà sempre ordinata" (fig. 4). Se, ormai, anche le donne prendevano la patente e, di certo, non godevano di grande stima come guidatrici, ecco, subito, una spiegazione: "se la donna al volante è spesso maldestra, ha però una scusante: essa guida in condizioni psicologiche di inferiorità". In quelle pagine veniva, inoltre, registrato un cambiamento in atto in quegli anni: le donne potevano ormai uscire da sole nel tempo libero e, senza problemi, entrare in un bar o al ristorante. Tale aspetto della modernità veniva puntualmente registrato e approvato nell'opera ma non senza l'opportuno consiglio: "non è più sconveniente che una signora entri da sola in un bar, purché mantenga un contegno appropriato". Era sempre importante pensare a cosa fosse conveniente fare in pubblico e a cosa non lo fosse. Ecco tre regole fondamentali che una donna, che viveva da sola, doveva seguire:

- una signorina non deve accettare mai regali di notevole valore dagli amici e dai corteggiatori;
- è bene non far salire in casa propria l'amico che ci ha accompagnato al cinema;
- occorre evitare assolutamente di recarsi da sole nell'appartamento di uno scapolo (*Enciclopedia*, "Galateo", vol. XII, 1964, 2646).

Devote al marito e alla famiglia ma con un occhio particolare al *giudizio degli altri*, all'opinione comune, le donne italiane della piccola e media borghesia degli anni Sessanta, ancora in bilico tra tradizione e modernità, da

quelle pagine raccontano di una vita domestica in trasformazione. Una trasformazione che, in realtà, era già iniziata da qualche tempo e che era stata anche documentata attraverso le prime rilevazioni, scientificamente fondate, dell'opinione pubblica. Si prenda in considerazione, in proposito, un'inchiesta demoscopica della Doxa, pubblicata nel 1951, in otto numeri del settimanale *Oggi*, che era basata su un campione non specificato di donne italiane, di varia condizione sociale e provenienza. Da essa emerge la prevedibile identificazione della donna come depositaria della fedeltà coniugale e, nello stesso tempo, tollerante delle "distrazioni" del coniuge, come felice responsabile della cura dei figli e come orgogliosa custode della vita domestica. Ma affiora anche una sorprendente percentuale (oltre il 40% delle intervistate) di donne insoddisfatte che si dichiaravano deluse dal rapporto coniugale. La delusione appariva loro ancora più evidente se paragonavano la propria vita precedente al matrimonio a quella da sposate: "decisamente meno bella di come la sognavano" (Bellassai 2006, 40-44). Una fotografia in chiaroscuro delle donne italiane che, da una parte, non nascondevano la loro delusione per una vita coniugale che aveva perso le sfumature della favola sognata ma, dall'altra, ritenevano che l'uomo dovesse essere più colto della moglie, dovesse guadagnare, preferibilmente, di più, dovesse avere una sua libertà. In proposito, l'infedeltà femminile non era, come prevedibile, mai tollerata e, in merito a quella maschile, si conveniva, quasi all'unanimità, che la brava moglie dovesse fingere di non accorgersi di nulla (Parca, 1959). Risultati prevedibili, in genere, emergono dall'inchiesta Doxa ma in essa si facevano strada anche tracce embrionali e parziali, non prive, tuttavia, di significato e rivelatrici di un faticoso mutamento in corso nell'autorappresentazione femminile. Di fronte, infatti, a un 52% di intervistate che ritenevano preferibile per le donne disinteressarsi completamente di politica, circa un 30% si dichiarava favorevole a un interesse femminile per le vicende politiche (Bellassai, 2006, 42).

Nell'*Enciclopedia* non poteva, infatti, mancare uno spazio riservato al rapporto donne e politica, dal momento che ormai esse erano diventate un soggetto interessante per la propaganda politica. Ecco alcune riflessioni nella rubrica "La politica in famiglia":

Basta pensare che oltre la metà della popolazione, e quindi degli elettori, appartiene al sesso femminile per rendersi conto che le opinioni politiche delle donne sono importantissime, e che le loro decisioni sono determinanti nella scelta di un certo governo e nell'indirizzo politico del Paese (*Enciclopedia*, V, 1963, 4369).

In questa rubrica, tra le righe, si intuisce, qua e là, una presa di distanza da un vecchio modo di pensare e di vivere, che veniva collocato, con ogni

probabilità, fino agli anni Quaranta. Era raccontata una nuova Eva, che potrebbe essere identificata in una donna di città, preferibilmente settentrionale, amante della casa e della famiglia ma desiderosa di soddisfazioni personali, lettrice di romanzi e appassionata di sceneggiati televisivi, informata quel tanto che bastava per iniziare a farsi una propria opinione persino sulla politica del Paese. Al contrario, invece, era disegnata come figura negativa colei che viveva in campagna o in quei luoghi (non meglio specificati) “dove la donna sta sempre in casa e non legge giornali e non ha di conseguenza la possibilità di farsi opinioni personali”. In tal caso, diventava inevitabile che ella preferisse “pensare con la testa del marito”. Questo tipo di donna “passivo” – così come veniva definito nella rubrica – e del tutto dipendente dal marito, non entusiasmava gli estensori dell'*Enciclopedia* che, infatti, affermavano senza alcun dubbio:

La donna deve imparare a pensare e a maturare da sola le proprie decisioni politiche. Infatti, mentre la moglie e il marito hanno il dovere di decidere insieme i problemi che riguardano la casa, i figli e la loro educazione, essi devono fare la loro scelta politica indipendentemente l'uno dall'altra, secondo il proprio modo di pensare e le proprie inclinazioni (*Enciclopedia*, V, 1963, 4370).

Tali dichiarazioni mostrano un'indubbia apertura verso l'emancipazione della donna perché si affermi come essere pensante, libera dall'influenza di mariti, padri e fratelli. Se, tuttavia, si considera l'opinione diffusa all'epoca che vedeva nel voto femminile un contributo determinante per la vittoria della DC alle prime elezioni democratiche del '48, queste stesse considerazioni potrebbero quasi apparire come un invito alle donne a seguire le proprie opinioni, maturate magari in parrocchia e all'Azione Cattolica, soprattutto nel caso di un marito e di fratelli militanti in partiti di sinistra (Violi, 2010; Gazzetta, 2014).

Le donne iniziavano a interessarsi alla politica pur non sostenendo, ad esempio, il progetto di legge Merlin, che era stato approvato nel 1958. Iniziavano a lavorare sempre di più nel settore pubblico, nonostante il desiderio dei mariti che le avrebbero volute a casa. Il voto ottenuto nel 1945, senza dubbio, le poneva “al centro della politica” ben oltre la semplice occasione elettorale. E infatti, le donne che militavano nelle associazioni, nei partiti, nei sindacati si recavano, casa per casa, per coinvolgere altre donne organizzando riunioni in parrocchia, nei caseggiati o nelle sezioni delle borgate, guidando occupazioni di terre o raccogliendo fondi per i partiti e le organizzazioni collaterali. Divenute elettrici, inoltre, stavano diventando per gli stessi uomini, interlocutrici non solo importanti, ma obbligate. Esse avevano la

sensazione di “fare politica” anche quando si occupavano di settori apparentemente “minori” (come l’assistenza), e quantunque fossero messe in secondo piano all’interno di organizzazioni fortemente dominate dagli uomini (Chianese, 2008). Tale percezione si traduceva in un’auto-rappresentazione in termini di protagonismo femminile, stima di sé, valorizzazione delle proprie capacità come singole e come donne in generale (Rossi Doria, 1998). In tal modo, acquisivano una nuova sicurezza personale, che i loro colleghi e compagni di partito maschi percepivano talvolta con favore, talvolta con qualche preoccupazione. In quegli anni veniva comunque ribadito, in varie occasioni, che era valida l’esistenza di un’asimmetria tra uomini e donne, nella sfera pubblica e in quella privata (*Enciclopedia* 1962-64, “Galateo”, voll. II, IV, V, VIII, IX, XII, XIV, XVIII, XIX). Del resto, era convinzione diffusa che l’utero fosse il secondo cervello della donna.

2. Scenari: mode e stili di vita negli anni del miracolo

Sfogliando le pagine dell’*Enciclopedia* cosa emerge dalle illustrazioni presenti in ogni pagina, dai consigli profusi a piene mani e, in che modo, l’opera rifletteva la società del periodo? Ci regala davvero una finestra sulla vita quotidiana nell’Italia degli anni precedenti al vento del ’68?

Siamo di fronte a una testimonianza del nuovo che in quegli anni avanzava con passi rapidi, anche se con alcune ombre, le quali, tuttavia, nell’architettura generale dell’opera, erano tenute fuori dal focus, rimanendo perlopiù invisibili. Veniva rappresentata l’Italia durante il decennio in cui era entrata nel numero dei paesi economicamente più avanzati dell’Occidente, l’Italia, percorsa da rapide trasformazioni che modificavano, profondamente, i profili sociali del suo recente passato contadino. La crescita dei consumi e il suo impatto sui comportamenti giovanili, sui modelli e i ruoli di genere, sulla stratificazione sociale trasformavano profondamente i rapporti di potere all’interno della società. Nuove forme di commercializzazione, pubblicità, marketing si accompagnavano all’espansione del sistema dei media e alla diffusione di nuovi mezzi di trasporto che rompevano l’isolamento della provincia e concorrevano all’integrazione del paese (*Enciclopedia*, 1962-64, “Arredamento”, voll. I-IX, XI, XIV, XVIII). Gli anni Sessanta sembrano, infatti, rappresentare un momento di accelerazione nel difficile processo di nazionalizzazione dell’Italia, eppure presentano un paesaggio sociale differenziato, percorso da tensioni e conflitti che aprivano inedite opportunità per l’affermazione di nuovi soggetti sociali (Capuzzo, 2003).

Il nostro Paese aveva conosciuto, a partire già dagli anni Cinquanta, un

periodo di rinascita mai sperimentato fino ad allora (Crainz, 2001). L'accelerato processo di sviluppo verificatosi negli anni Cinquanta e Sessanta travolse tradizioni, culture e abitudini degli Italiani e delle Italiane. Il Bel Paese si trasformò, in pochi anni, da società agricola a società industriale avanzata e lo sviluppo economico cambiò radicalmente i consumi, le condizioni e gli stili di vita (*Enciclopedia*, 1962-64, "Abbigliamento", voll. VIII -XV, XVII, XIX). All'inizio degli anni Cinquanta un quarto delle case era senza acqua corrente, quasi tre quarti era senza bagno e solo una su dieci aveva il termosifone e il telefono. Il 58% della spesa familiare era destinato all'alimentazione e, quasi tutto il resto, all'abitazione e al vestiario. Ma tutto si apprestava a cambiare radicalmente in un arco di tempo piuttosto rapido creando le basi per accelerare la diffusione della società dei consumi (Scarpellini, 2008, 129-237).

Nella seconda metà degli anni Cinquanta, era iniziata la diffusione, presso il ceto medio, dell'automobile, prima riservata a pochi privilegiati. Alla fine degli anni Cinquanta, avevano fatto la loro comparsa le utilitarie italiane, per eccellenza, e dal prezzo molto contenuto, la Fiat 500 e la Fiat 600. Nel 1953 circolavano in Italia oltre 600.000 automobili, nel 1956 oltre 1 milione, nel 1965 più di 5 milioni e nel 1968 oltre 8 milioni, per raggiungere nel 1982 i 20 milioni (Paolini, 2007, 63-84). Altrettanto rapidamente si diffuse la televisione, che nel 1954 (anno di inizio delle trasmissioni regolari il 3 gennaio) aveva 88.000 abbonati, saliti nel 1958 a 1 milione, nel 1969 a 9 milioni, nel 1982 a 13 milioni e mezzo (Garofalo, 2018). Fra gli anni Cinquanta e gli anni Sessanta anche gli elettrodomestici e il telefono entrarono in massa nelle case italiane (*Enciclopedia*, 1962-64, "Arredamento", voll. III-IV; "Elettrodomestici", voll. III, VI, X, XVII, XX).

Lo sviluppo dei consumi privati può essere considerato uno dei cambiamenti più vistosi degli stili di vita: il consumismo e le aspirazioni a una promozione individuale riguardarono soprattutto i ceti medi, attratti dal modello di vita americano. Il consumismo fu considerato da molti come il fattore chiave del successo degli USA, anche se non mancarono autorevoli critiche alla società dei consumi da parte di intellettuali, filosofi e sociologi (cfr. Paolini, 1975, 1977).

Uno dei più profondi cambiamenti prodotti dal miracolo economico italiano fu sicuramente costituito dal notevole aumento del tempo libero. La riduzione degli orari di lavoro nelle aziende, la diffusione di massa degli elettrodomestici che liberò le donne da una parte consistente del loro lavoro nell'ambito della famiglia determinarono l'aumento del tempo libero. Inoltre, all'urbanizzazione derivata dallo sviluppo industriale si accompagnò la diffusione dell'automobile e di più veloci mezzi di trasporto, che permettevano ora una mobilità enormemente maggiore rispetto al passato. Di conseguenza

cambiarono radicalmente gli stili di vita e le aspettative per il futuro, soprattutto tra le giovani generazioni. In questa fase di grandi cambiamenti trova le sue radici lo sviluppo del turismo di massa, che estese a vaste fasce della popolazione la possibilità di trascorrere l'estate presso località balneari, montane o termali ("Cinema", "Giardinaggio", "Passatempo utili", "Teatro", "Turismo", *Enciclopedia*, 1962-64). Tale opportunità fu principalmente consentita da tre fattori: l'aumento del tempo libero, le ferie retribuite, il miglioramento dei redditi e la motorizzazione di massa (Tarozzi, 1999). Le vacanze al mare e in montagna non furono più un privilegio di pochi ma divennero un fenomeno di massa, assurgendo talora a *status symbol* di una condizione economica familiare decisamente migliorata (Corbin, 1996).

Gli anni Sessanta furono un decennio caratterizzato da un grande rinnovamento generazionale: prima la beat generation e poi la musica pop divennero il nuovo modo di comunicare dei giovani. Nel 1964, un anno di grandi fermenti culturali e sociali, in Gran Bretagna scoppiò il fenomeno dei Beatles e dei Rolling Stones (Bertinetti, 2001). In Italia, gli echi di questi fermenti si fecero sentire con qualche anno di ritardo. La maggiore disponibilità di tempo e di denaro produsse nuove generazioni di consumatori ai quali si rivolgeva il mercato. I giovani degli anni Sessanta divennero sempre di più i destinatari di spettacoli televisivi e cinematografici, capi di abbigliamento, dischi e mezzi di trasporto. Furono gli anni in cui si affermarono i media, la cultura pop e la minigonna. In quel periodo, il mondo anglosassone prese definitivamente il posto di Parigi e della Francia come punto di riferimento internazionale. Infatti, Londra, New York e San Francisco divennero le grandi capitali della moda dei teenager e dell'industria discografica. In quegli anni gli stili della gioventù americana si diffusero direttamente o attraverso la cultura inglese, che faceva da raccordo tra America ed Europa (Briggs, 1993). La nuova cultura dei giovani si diffuse attraverso la distribuzione mondiale delle immagini, attraverso i contatti personali del turismo giovanile internazionale che portava in giro per il mondo gruppi ancora piccoli, ma sempre più folti e influenti, di ragazzi e ragazze in blue jeans; si diffuse attraverso la rete mondiale delle università, la cui capacità di rapida comunicazione internazionale divenne evidente negli anni Sessanta. Si diffuse, infine, attraverso il potere condizionante della moda nella società dei consumi, una moda che raggiungeva le masse e che veniva amplificata dalla spinta a uniformarsi propria dei gruppi giovanili. Era sorta una cultura giovanile mondiale (Hobsbawm, 1997, 385). Si assisteva, in Italia, al boom dei fotoromanzi e del cinema, i primi, utili per evadere momentaneamente dalla realtà ma anche strumenti di influenza sull'opinione comune, il secondo, luogo ideale per socializzare (Bravo, 2003).

Per la prima volta nella storia, la moda arrivava anche dal basso tanto che

i giovani riuscivano a creare una propria identità indipendente, andando così a influenzare i dettami delle case di moda. Era raro, anche se possibile, vedere una donna indossare dei pantaloni, sebbene il 45% delle italiane ancora disapprovasse (*Enciclopedia*, 1962-64, voce “Pantaloni”, I, 48; II, 270; III, 588, 629; IV, 673, 677, 712, 844; VI, 1101; VII, 1369, 1373; IX, 1870, 1886, 1887, 1936; XIX, 4102). In proposito sarà interessante ritornare all’analisi delle risposte pubblicate dal settimanale *Oggi*, di cui si è detto precedentemente, soffermandoci alla domanda sulla moda dei pantaloni femminili, già diffusi da tempo negli ambienti intellettuali e artistici e nei paesi anglosassoni, ma ancora visti con diffidenza dalle donne italiane. Infatti, solo il 14% delle intervistate li approvava mentre 4 donne su 10 li ammettevano con molte riserve: il 4% in villeggiatura, circa il 20% per lo sport. Allora, del resto, le donne entravano in chiesa con il capo coperto, e mai vi sarebbero entrate con i pantaloni. Nel 1960 – lo ricordo con precisione grazie a una fotografia – mia madre, casalinga molto castigata, indossava i pantaloni a Ischia quando andavamo in villeggiatura nel mese di agosto. Mai però li avrebbe messi in città, neppure durante il viaggio sul vaporetto che da Forio d’Ischia riportava tutta la nostra famiglia a Napoli. La mia generazione, quella del femminismo degli anni Settanta, incominciò, invece, a mettere i pantaloni nel quotidiano tra il 1968 e il 1969. Era il segnale più evidente dell’emancipazione dalle nostre madri. Una volta indossati, non li avremmo più tolti e, solo in occasioni particolari avremmo indossato le gonne.

3. Scenari: persistenze e mutamento nei ruoli di genere

Sfogliando l’*Enciclopedia*, si nota che l’idea dell’emancipazione femminile faceva percepire la donna attraverso due differenti immagini. Da un lato, una donna emancipata poteva rappresentare lo stereotipo di una donna volitiva e sessualmente disinibita, dall’altro, un protagonismo intellettuale e cerebrale della donna, conferiva a quest’ultima un’immagine tendenzialmente asessuata. La donna che, per la prima volta in Italia, mostrava con decisione la voglia di affermarsi nel mondo del lavoro e delle professioni senza dare la preferenza alla quotidiana gabbia dorata delle quattro mura domestiche, era vista, perlopiù, come una donna-amazzone: una guerriera del matriarcato, mascolinizzata, spigolosa, asessuata, che respingeva gli uomini e li combatteva senza tregua per ridurli alla passività e alla sottomissione (“Psicologia”, *Enciclopedia*, 1962-64, voll. I; II; IV-VI; VIII; XII; “Morale”, voll. XVII, XX). L’emancipazione, inoltre, attirava, nello stesso tempo, anche l’immagine di una sessualità libera, che conduceva inevitabilmente all’equiparazione tra sessualità non regolamentata e prostituzione. Non a caso l’*Enciclopedia*, che

come si è visto guardava positivamente alla donna “moderna”, metteva, tuttavia, in guardia le donne “emancipate” di non atteggiarsi a “spregiudicate”: avrebbero compromesso la loro reputazione. Ecco una descrizione della donna “spregiudicata”:

Siede in poltrona con le gambe accavallate, e con le sottane che le salgono parecchi centimetri sopra le ginocchia, fuma una sigaretta dopo l'altra, tracanna cognac, whisky, gin, come se si trattasse di acqua pura, tiene un linguaggio non proprio castigato, racconta barzellette spinte, fa la cronaca minuziosa e piccante delle sue avventure amorose, vere o inventate che siano, e non lascia occasione per dimostrare la sua “larghezza di vedute” (*Enciclopedia*, XII, 1964, 2458).

La donna moderna ed emancipata era, invece, presentata come una persona consapevole di sé e delle proprie capacità, oltre che impeccabile non solo nella conduzione della propria casa, ma anche fuori, nel mondo del lavoro e nella vita sociale. Si leggano alcune significative considerazioni:

Oggi la donna deve lottare, lavorare, fare concorrenza all'uomo anche in campi nei quali non si sente tanto sicura. E così si accorge che certe cose sono assai difficili da fare, ha l'impressione che siano al di sopra delle sue forze, si sente debole. Ma non lo vuole far vedere, non vuol dare questa soddisfazione al maschio. [...] Le donne che vogliono dimostrarsi spregiudicate sono quasi sempre deboli [...] Le donne veramente forti non fanno le spregiudicate. Sono calme e serene, conscie della propria forza e delle proprie capacità (*Enciclopedia*, XII, 1964, 2458).

Le due facce dell'emancipazione sono ben presenti nell'*Enciclopedia* dove si cerca sempre di mettere in guardia la signora e la signorina perbene in merito alla possibilità di suscitare negli altri, con il proprio comportamento, magari inconsapevole, giudizi negativi, che avrebbero potuto compromettere la propria reputazione.

Riunisco, a mo' di esempio, alcune questioni, poste in alcune rubriche, che le donne avrebbero dovuto tenere presente:

- “mio marito è d'accordo sull'opportunità che io mi trovi un lavoro?”;
- “il problema della reputazione della donna che vive da sola”;
- “è proibito chiedere il bis di un liquore”;
- “non si può davvero pensare di accontentare i propri mariti mettendo loro davanti con troppa frequenza la *paillard* di vitello, o il filettino ai ferri con contorno classico di un'insalata fresca; è assolutamente necessario che la giovane sposa impari a rendere davvero gradevole il momento del pranzo”.

L'opinione pubblica, d'altra parte, in quegli anni sembrava sempre di più attratta dai preamboli e dagli strascichi che la “prova d'amore” occupava nella

posta del cuore della stampa femminile. Esempio è il caso della fortunata rubrica “Il saper vivere”, tenuto da Colette Rosselli, nota anche con lo pseudonimo di Donna Letizia, prima sul settimanale *Grazia* e, in seguito, su *Gente* (Rosselli, 1960, 1990). Nel 1981 Colette Rosselli pubblicò una scelta di venticinque anni di lettere indirizzate a Donna Letizia in un libro, nel quale confrontava lettere che trattavano temi analoghi nel corso degli anni, evidenziando così il contrasto tra il “prima” e il “dopo” rivoluzione sessuale (Rosselli, 1981).

Le donne erano conquistate dall’originalità delle gonne da ballerina, delle vite affusolate e dei corpini creati per mettere in evidenza il seno, sorretto sapientemente da reggiseni di vari modelli (fig. 5). A dettare legge sono due stili contraddistinti: il *bon ton* delle donne di un tempo o lo stile delle mitiche *pin up*. La moda *bon ton* era lo stile delle donne di classe, eleganti, mai volgari, delle cosiddette “brave ragazze” che si identificavano negli abiti sobri, raffinati e sempre molto femminili: nell’*Enciclopedia* non potevano certo mancare le modelle con le classiche gonne a ruota con il punto vita in evidenza grazie alle cinture, immancabile, nel loro guardaroba, una camicia bianca o a pois; un foulard elegantemente legato al collo poteva fornire un ulteriore tocco alla moda (figg. 6, 7, 8). Immancabili per un look “sbarazzino ma senza eccessi” la coda di cavallo e, ai piedi, le ballerine come quelle di Grace Kelly e di Audrey Hepburn (“Abbigliamento”, “Cosmesi”, “Chirurgia estetica”, “Ginnastica estetica”, *Enciclopedia*, 1962-64). Ma anche l’acconciatura con una riga di lato in cui i capelli cadevano sulle spalle in vistosi boccoli rappresentava un *must have*. Non a caso negli anni Cinquanta e nei primi anni Sessanta imperversavano i bigodini, utilizzati spessissimo per dare volume ai capelli dal parrucchiere o a casa (fig. 9).

Conclusioni

Quei fascicoli in edicola ogni sabato, al prezzo di 150 lire, che permettevano alla casalinga di passare la domenica ad imparare come non sbagliare mai un colpo, furono un grande successo e vennero ristampati più volte negli anni seguenti fino a quando ci furono madri e figlie disposte ad apprezzare la loro visione del mondo o almeno desiderose di imparare i preziosi consigli su come lucidare l’argenteria, su come truccarsi nel modo adatto a ogni età (a venti anni, trenta, quaranta o a una “certa età”), su come fare una messa in piega in casa, e così via. A noi, che abbiamo conosciuto gli anni Sessanta, che abbiamo vissuto il ’68 e il post ’68, la lettura di queste pagine, dopo circa sessant’anni dalla prima edizione, procura irrimediabilmente un insieme di emozioni discordanti. Emozioni che vanno dal divertimento per situazioni

Commentato [FF102]: Tenuta?

che oggi sarebbero impensabili, al fastidio per la condizione di una donna, sempre devota, al servizio dell'uomo. Sensazioni che partono dalla piacevole curiosità nell'apprendere tecniche casalinghe per preparare una "prodigiosa crema di bellezza" o uno "shampoo miracoloso", fino ad arrivare a una certa malinconia per quell'indubbio buon gusto, quell'atteggiamento composto e quella moderazione perduta.

Di fronte alle trasformazioni degli anni Sessanta gli uomini probabilmente potevano concludere che, tutto sommato, la divisione dei ruoli e le relazioni fra i generi erano sì cambiati nella forma, ma molto meno nella sostanza. Rimaneva viva, infatti, anche se messa finalmente in discussione, l'idea della supremazia maschile, che costituiva la vera posta in gioco del discorso misogino, ben radicato nell'immaginario comune e nell'opinione diffusa. Le femministe degli anni Settanta portarono, in particolare, all'attenzione dell'opinione pubblica la questione della disuguaglianza di potere. La misero al centro del dibattito pubblico con una determinazione e una radicalità senza precedenti. I principali punti di riferimento, diffusi nel ceto medio, Dio, patria e famiglia, sarebbero, man mano, diventati pallide icone. Nello stesso tempo, i vecchi argomenti scientifici, che dall'età moderna erano arrivati fino all'Ottocento, sull'inferiorità della donna, dopo essere penetrati fin dentro gli anni Cinquanta del Novecento, sarebbero apparsi di colpo vetusti, come la configurazione delle vecchie mappe topografiche di fronte alle città che si stavano trasformando (cfr. Pelizzari, 2007).

Il virilismo del ventennio che si era imposto in chiave nazionalista e bellicista risultava quanto mai inadatto in un decennio che si configurava, all'interno del secolo, come il più antiautoritario e antimilitarista. In seguito, con la fine degli anni Sessanta, sarebbero arrivati gli anni delle lotte politiche e del movimento pacifista, della guerra in Vietnam e della legge sul divorzio in Italia. Nel periodo a cavallo tra gli anni Sessanta e Settanta si verificò un profondo mutamento negli usi e costumi della società occidentale. Questo processo di trasformazione che, come si è detto, aveva visto in prima linea i giovani, si manifestò negli anni della rivoluzione sessuale, degli hippies, del *flower power* e del rock psichedelico. Fu il periodo in cui andò in scena la prima edizione del festival di Woodstock con la sua enorme risonanza mediatica in tutto il mondo.

Riferimenti bibliografici

- Bellassai S. (2006), *La legge del desiderio. Il progetto Merlin e l'Italia degli anni Cinquanta*, Carocci, Roma.
- Bertinetti R. (2001), *Dai Beatles a Blair: la cultura inglese contemporanea*, Carocci, Roma.

- Bertoni Jovine D., a cura di (1965), *Enciclopedia moderna della donna*, Editori Riuniti, Roma.
- Bravo A. (2003), *Il fotoromanzo*, Il Mulino, Bologna.
- Briggs A. (1993), *Storia sociale dell'Inghilterra: dalla preistoria ai nostri giorni*, tr. it. di S. Polenghi, Milano, Mondadori.
- Capuzzo P., a cura di (2003), *Genere, generazione e consumi. L'Italia degli anni Sessanta*, Annali della Fondazione Gramsci, Carocci, Roma.
- Chianese G., a cura di (2008), *Mondi femminili in cento anni di sindacato*, Ediesse, Roma.
- Chirone V., a cura di (1956-1957), *Moderna enciclopedia femminile: la donna e il suo mondo*, SAIE, Torino.
- Corbin A., a cura di (1996), *L'invenzione del tempo libero, 1850-1960*, Laterza, Roma-Bari.
- Costa L. (2006), *Introduzione*, in *La grande enciclopedia della donna*, Rizzoli, Milano.
- Crainz G. (2001), *Storia del miracolo italiano. Culture, identità, trasformazioni fra anni cinquanta e sessanta*, Donzelli, Roma.
- De Amicis F. (1892), *Il libro della donna*, Aliprandi, Milano.
- De Amicis F. (1910), *Il libro della donna: enciclopedia femminile*, Aliprandi, Milano.
- Dominici E. (1952), *Piccola enciclopedia della donna: tutti i segreti, tutti gli insegnamenti, tutte le conoscenze che interessano la donna prima e dopo il matrimonio*, Laboratori scienza del popolo, Torino.
- Enciclopedia per la donna (1967), De Agostini, Novara, 2 voll.
- Eric J. (1997), *Il secolo breve. 1914-1991: l'era dei grandi cataclismi*, trad. it. di B. Lotti, Rizzoli, Milano.
- Garofalo D. (2018), *Storia sociale della televisione in Italia: 1954-1969*, Marsilio, Venezia.
- Gazzetta L. (2014), *Moro, il movimento delle donne DC e la "questione femminile" (1959-1977)*, in R. Moro, D. Mezzana, a cura di, *Una vita, un paese: Aldo Moro e l'Italia del Novecento*, Rubbettino.
- Il vademecum della sposa (1950), *Piccola enciclopedia moderna della donna e della casa*, ILE, Milano.
- Melchionna R., Di Giorgio G. (1963), *La casa e la donna: enciclopedia della massaia*, Ediz. Paoline, Milano.
- Morais M. (1890), *Il libro delle donne*, Belforte, Livorno.
- Papadia E. (2005), *La Rinascente*, Il Mulino, Bologna.
- Parca G. (1959), *Le italiane si confessano*, con Prefazione di C. Zavattini, Parenti, Firenze.
- Parrella V. (2017), *Enciclopedia della donna: aggiornamento*, Einaudi, Torino.
- Pasolini P.P. (1975), *Scritti corsari. Gli interventi più discussi di un testimone provocatorio*, Garzanti, Milano.
- Pasolini P.P. (1977), *Lettere luterane*, Einaudi, Torino.
- Pelizzari M.R., *1946-2006: appunti di Storia di Genere*, in G. D'Angelo, a cura, *Aspetti e temi della storiografia italiana del Novecento*, Ed. del Paguro, Mercato San Severino.
- Rosselli C. (1960), *Il saper vivere di Donna Letizia*, Mondadori, Milano.

Commentato [FF103]: Corretto?

Commentato [FF104]: Inserire città

Commentato [FF105]: Inserire anno

- Rosselli C. (1981), *Cara Donna Letizia... venticinque anni in confidenza*, Rusconi, Milano.
- Rosselli C. (1990), *Il nuovo saper vivere di Donna Letizia*, Mondadori, Milano.
- Rossi Doria A. (1998), *Diventare cittadine. Il voto alle donne in Italia*, Giunti, Firenze.
- Salvagno L., De Stefanis G., a cura di (1954), *Enciclopedia della donna e della casa*, Curcio, Roma.
- Sorcinelli P., a cura di (2003), *Studiare la moda*, Bruno Mondadori, Milano.
- Tarozzi F. (1999), *Il tempo libero: tempo della festa, tempo del gioco, tempo per sé*, Paravia scriptorium, Torino.
- Ugo B., a cura di (1943¹), *Enciclopedia della donna*, Ed. Bianchi-Giovini, Milano 1946² (Tip. Valsecchi). Altre edizioni: 1947, 1949.
- Violi R.P., a cura di (2010), *La DC e il voto alle donne. Rappresentanza politica e movimento femminile in Campania*, Pisanti, Napoli.

5. Parole della moda, parole alla moda: prestiti e neologismi nella rivista Vogue in versione francese e italiana

di Michele Bevilacqua

Abstract

Fashion has always been synonymous with creativity and lexical innovation. It has, in fact, its own language, composed of words and expressions that have largely become part of the common use of French and Italian. Through an examination of some lexemes in French and Italian languages in the field of fashion semantics, our contribution aims to analyse from a linguistic-contrastive point of view the fashion vocabulary of an important magazine of this branch in its French and Italian online versions, Vogue.fr and Vogue.it. The aim is to outline a corpus of loanwords and neologisms that allows us to better understand the current language trends.

1. La linguistica della moda

Il linguaggio della moda è un ambito della linguistica descrittiva altamente specifico dove la precisione terminologica è essenziale per poter descrivere le percezioni sensoriali, soprattutto tattili e visive, e i dettagli. L'utilizzo di un lessico specifico per fare riferimento a tessuti, capi di abbigliamento e colori è indispensabile per trasmettere il messaggio in modo chiaro ed univoco. Per questo motivo il linguaggio della moda rientra nei sottocodici, o linguaggi speciali, delle lingue da noi prese in questione, il francese e l'italiano. Questi si definisce come “varietà diafasica caratterizzate da un lessico speciale, in relazione a particolari domini extralinguistici e alle corrispondenti aree di significato” (Berruto, 2012, 154). Ne fanno parte linguaggi tecnico-specifici, linguaggi settoriali, lingue di mestieri e gerghi. La peculiarità di tali sottocodici è il lessico specialistico che si contraddistingue per nuove associazioni tra significante e significato, neologismi e prestiti. La terminologia della moda, in particolare quello delle riviste di settore, rientra

tra i linguaggi settoriali (Zanola, 2012): difatti, presenta un lessico specifico abbondante, anche se non possiede effettivamente una terminologia propria. A livello semantico, il suo lessico è denotativo, ma tuttavia non sempre ad ogni termine corrisponde una denotazione diversa rispetto al francese o all'italiano standard: molti termini sono entrati a far parte delle lingue con lo stesso rapporto significante-significato del linguaggio della moda e viceversa. La funzione del linguaggio, inoltre, è sia tecnico-funzionale sia persuasiva; il suo scopo è dunque quello di descrivere dettagliatamente gli indumenti o le collezioni e, allo stesso tempo, invogliare il destinatario ad avvicinarsi ad uno stile o ad acquistare un prodotto (Berruto, 2012, 160). Le stoffe, i colori, i tagli e le cuciture sono gli elementi che formano il linguaggio di un abito, che diventa così un testo. L'obiettivo del linguaggio della moda è dunque esplicitarne le funzioni, gli enunciati e gli interlocutori attraverso un suo codice linguistico verbale, una traduzione a parole del codice degli indumenti (Corbucci, 2008). Infatti, questo tipo di linguaggio specialistico è già stato definito da alcuni studiosi (Rak, Catricalà, 2013; Corbucci, 2008) come una "lingua speciale", cioè una lingua che viene "utilizzata per comunicare determinati argomenti, legati a particolari attività lavorative e professionali, quali ad esempio la matematica, la biologia e la linguistica" (Sobrero, 2016, 237). Questa definizione coincide con quella di Cortelazzo (1994, 8) secondo cui "la lingua speciale è una varietà funzionale di una lingua naturale [...], relativa ad un settore specialistico, che viene usata per soddisfare i bisogni comunicativi del settore specialistico". Una delle più importanti caratteristiche delle lingue speciali è, com'è noto, quella di avere un lessico o vocabolario specialistico. Si può stabilire che il linguaggio della moda è chiaramente collegabile a queste realtà: viene utilizzato per comunicare le novità nel mondo della moda, è legato ad un settore specialistico, cioè l'industria della moda, e possiede una propria terminologia specializzata.

Per Barthes, nulla è al di sopra del linguaggio: esso copre tutta la realtà, come un metalinguaggio, nel senso di "langage parlant d'un système de signification autre que le langage lui-même" (www.cnrtl.fr/definition/metalangage). Egli sostiene, difatti, che la moda non esiste al di fuori del discorso che si tiene su di essa, in quanto "ce n'est pas l'objet, c'est le nom qui fait désirer, ce n'est pas le rêve, c'est le sens qui fait vendre" (Barthes, 1983, 10). Il linguaggio della moda può definirsi anche come un linguaggio di descrizione che rievoca un oggetto reale o esplicita il contenuto di un'immagine o una fotografia. Le descrizioni di moda si limitano a raccontare ciò che non si può dedurre dall'immagine e sono il risultato di una serie di scelte proprie dell'autore con lo scopo di enfatizzare certi elementi di un capo d'abbigliamento piuttosto che altri (Barthes, 1983).

Creatività, evoluzione degli stili, nuove tendenze estetiche e nuovi modelli di comportamento, esotismo, ibridazioni culturali e bisogno di diversità sono elementi portanti del sistema moda in grado di riflettersi anche su un linguaggio che appare come fortemente innovativo, a volte imprevedibile, certamente fluttuante e instabile (Celotti, 2015). La moda con le sue logiche pervasive fa da volano a nuove forme di comunicazione linguistiche che lasciano tracce nella lingua standard (Bombi, 2011).

Per quanto riguarda il lessico di ogni lingua speciale, Sobrero (2016, 244-246) ha stabilito quattro procedimenti per la creazione di lessemi. Il primo procedimento consiste nel ricorso alle lingue straniere, utilizzando prestiti non integrati (termini stranieri nella loro forma originaria) o calchi (traduzioni letterali). Il secondo procedimento per la creazione di un lessico specialistico è l'uso di neologismi (Altmanova, 2013), soprattutto tramite l'aggiunta di affissi (prefissi, suffissi e suffissoidi). Una terza possibilità è il ricorso a termini che esistono già nella lingua comune, attribuendogli un significato diverso, spesso più specializzato. L'ultimo procedimento consiste nella formazione di sigle e acronimi, benché questo fenomeno sia ricorrente solo in un numero ridotto di lingue speciali.

Corbucci (2008) indica che le strategie linguistiche usate per la creazione della terminologia della moda consistono soprattutto nell'uso di neologismi e nel ricorso a lingue straniere, prevalentemente per i prestiti non integrati o non adattati. Inoltre nota che, a proposito delle lingue di origine dei prestiti ricorrenti nel linguaggio della moda, è stato a lungo la lingua francese a prevalere, ma che, oggigiorno, si vede sempre più l'uso dell'inglese o angloamericano (Caniato, 2016).

È importante sottolineare, come sostengono Rak e Catricalà (2013), che il contatto fra le lingue più diverse ha sempre caratterizzato il linguaggio di sarti, artigiani tessitori, modiste, ricamatrici e velettaie che, nelle più diverse fasi ed epoche dell'evoluzione della lingua italiana, ad esempio, hanno visto affiancarsi composti (come V+N, guardacore o prendisole; N+N, gonnapantalone e gonna tulipano; Agg+N frescolana e millerighe), prefissati e suffissati (come bicolore e minigonna, rasatello e barchetta), denominali e deverbali con conversione o retroformazione (come scamiciato o doppiato), deverbali a suffisso zero (come rammendo o risvolto), sintagmi e locuzioni (come giacca a vento e abito a clessidra), in ultimo, ma non per ultimi, un gran numero di toponimi internazionali. Ricordando solo i tessuti (Diglio, Centrella, 2013), vanno elencati almeno: dall'Estremo Oriente il nanchino, il pechino; dall'India la bengalina, il cachemire, il madopalan (dal nome del sobborgo Mādhavapālam, noto centro manifatturiero della Compagnia delle Indie), il madras, il surah; dal mondo arabo il damasco e la mussola (ك مـ Mos-sul), il satin (كـ Zaitum); dal Turkestan l'organza; dall'Egitto il makò; dalla

Commentato [FF106]: ?

Commentato [FF107]: ?

Svizzera il sangallo; dalla Francia il denim, dalla Gran Bretagna il jersey, il melton, dagli Stati Uniti la carolina, ecc. (Centrella, 2014).

2. Il prestito linguistico nei linguaggi specialistici

La moda è [...] una sorta di *patchwork* linguistico, una varietà dinamica e stratificata al suo interno. Posto quindi che le voci della moda sono effimere e che si caratterizzano per avere lo statuto di *occasionalismi* “*nonce words*” o, come più spesso si dice, *occasional words*, le parole “di un momento”, soltanto occasionali”, un ulteriore dato proprio del patrimonio lessicale della moda è quello di essere costituito da un nucleo portante di forestierismi (Bombi, 2011, 324).

Le lingue storico-naturali sono sistemi dinamici, in costante evoluzione (Benveniste, 1966). Lo stesso vale per i sottocodici linguistici che cambiano rapidamente, specialmente ampliando il proprio lessico. I contatti tra realtà linguistiche distinte danno luogo ad una particolare categoria di neologismi, cioè espressioni entrate di recente nel linguaggio: i prestiti linguistici, detti anche forestierismi. Come sostiene Vaccaro

[...] lo strutturalismo mostra che, quando due lingue sono in contatto, nella produzione linguistica del parlante si possono verificare sia fenomeni di passaggio da un codice all'altro (*code switching*), che fenomeni di produzione linguistica mistilingue (*code mixing*), ovvero produzioni linguistiche che contengono elementi provenienti da entrambi i codici. Inoltre, *code switching* e *code mixing* si possono verificare come fenomeni inconsapevoli, ma possono anche essere delle strategie comunicative consapevoli, fino a corrispondere a precise scelte stilistiche. L'interferenza, però, rispetto a *code switching* e *code mixing* è tecnicamente la permanenza di tratti di un sistema linguistico nell'altro sistema linguistico. Questa permanenza è decisamente inconsapevole, è l'emergere di uno dei due sistemi linguistici nel corpo vivo dell'altro “a dispetto della volontà del parlante” (2007).

I prestiti dunque sono lessemi o intere espressioni idiomatiche importate da una lingua straniera per essere inserite in un contesto discorsivo d'uso specialistico (Maiello, 2011). Essi possono essere: omonimici, quando si basano sulla somiglianza del significante, come ad esempio “realizzare” usato nel significato di “capire, comprendere” dall'inglese “to realize”; o sinonimici, quando si basano sulla somiglianza esclusiva del significato, come “libro tascabile” da *pocket book*. I prestiti possono essere integrali, se rimangono invariati nella loro forma originale, come *bar*, o adattati, se si adeguano al sistema morfologico e fonologico della lingua di arrivo, come “bistecca” da “beefsteak”. Inoltre, esistono i cosiddetti prestiti decurtati, che presentano

Commentato [FF108]: Immagino sia una citazione: dove aprono e dove chiudono le virgolette?

un'abbreviazione o mancano di un secondo elemento rispetto all'originale, come *basket* al posto di *basketball*; e i prestiti di ritorno, che vengono importati da una lingua straniera e ritornano alla lingua di partenza con nuove accezioni, come nel caso di "portfolio" (Bombi, 2011). Un'ulteriore distinzione avviene tra i prestiti di necessità e di lusso. Quando si parla di prestiti di necessità, si intende un neologismo o comunque un'espressione la cui introduzione è necessaria per indicare un significato nuovo o privo di corrispondente nella lingua di accoglienza. Al contrario, un prestito di lusso corrisponde a un significato già esistente; indica per lo più prestigio o un'ulteriore sfumatura di significato, come nell'uso di *show* al posto di spettacolo (Lehman, 2006).

Inoltre, un particolare tipo di prestito è il calco, definito come una coniazione lessicale basata sulla struttura o sul significato di un termine straniero (Niklas-Salminen, 2015). Esistono diversi tipi di calchi: se esso è strutturale, significa che viene copiata la struttura di un termine straniero per coniarne altri, solitamente tramite composizione (ad esempio, grattacielo, che ricalca "skyscraper") o derivazione (ad esempio, termini che finiscono con il suffisso -ismo, come "liberismo"). Un calco può anche essere sintagmatico, quando si imita una struttura straniera caratterizzata da una lessia complessa (vedi "arrampicatore sociale" da "social climber"); fraseologico, quando in un accostamento di lessemi i suoi costituenti assumono un significato di combinazione e perdono la loro autonomia di significato (ad esempio, "colletti bianchi" da "white collar"). Infine, un calco si definisce semantico quando si hanno estensioni di significato sulla base di modelli stranieri (come "stella", inteso come celebrità, da "star") (Bombi, 2011).

Infine, Cosmai (2007) stabilisce che i prestiti linguistici si presentano anche in forma non adattata e in forma adattata. Il prestito non adattato è costituito da quella parola che entra in una lingua nella sua forma originaria, vale a dire mantiene la grafia e le caratteristiche grammaticale della lingua originaria. Pensiamo a "film" e tante altre parole che sono entrate nella lingua francese e nella lingua italiana. Il prestito adattato, invece, è un tipo di forestierismo che si adatta alla lingua target, sia per la grafia che per la morfologia, ad esempio il termine italiano "ideologia", derivato dal francese "idéologie", perdendo alcune lettere che non sono presenti nella lingua target.

Il francese e l'italiano negli ultimi anni hanno importato molti termini da altre lingue e il lessico della moda è sicuramente uno dei più invasi da forestierismi; in particolare, le importazioni lessicali del sottocodice della moda arrivano maggiormente, nel caso del francese, dall'inglese (anglicismi) e nel caso della lingua italiana, dal francese (francesismi) e dalla lingua inglese.

In lingua francese sono diversi anni che l'uso di forestierismi dall'inglese suscita in Francia reazioni polemiche, o anche violente (Etiemble, 1991). Le

istituzioni linguistiche ufficiali, come l'Académie Française, regolano l'uso di creazioni neologiche per sostituire i termini inglese, ad esempio, nel dominio economico-finanziario (Zanola, 2008) e anche in quello informatico. Pertanto, negli ultimi anni, gli anglicismi si stanno dilatando nell'ambito del linguaggio francese della moda., soprattutto se si compara questa situazione con quella di cento anni fa (Bonnaffé, 1920), quando il loro numero era abbastanza ristretto e si limitava ad essere utilizzato per i tessuti (cheviotte, jersey, liberty, melton, mohair, tartan, tweed, twill, twine, ulster, velvet, velvétine, whipcord) e abiti (derby, kilt, leggings, macfarlane, mackintosh, norfolk, oxford, pyjama, raglan, smoking, jacket, ecc.) (Cynrska-Chomicka, 2011). Alcuni dei prestiti linguistici adottati ultimamente sono già lessicalizzati in francese e il criterio di lessicalizzazione corrisponde al fatto di essere inseriti nel dizionario Larousse (Petrillo, 2009). Parole come *flashy*, *fun*, *hard*, *people*, *piercing*, *sportswear*, *string*, *vintage* sono anglicismi evidenti, ma la loro menzione nel dizionario Larousse confermerebbe il fatto che hanno ottenuto già un certo grado d'uso e di diffusione nella lingua standard (www.larousse.fr/dictionnaires/francais).

In Italia la terminologia della moda è intrisa di anglicismi, per la maggior parte, e da francesismi. La grafia e il ruolo grammaticale dei prestiti integrali rimangono generalmente invariati. Solitamente, si registrano modifiche di tipo fonetico, morfologico e morfosintattico. Nel primo caso, i termini inglesi o francesi acquisiscono le caratteristiche di pronuncia della lingua di arrivo e, nel caso dell'italiano, i suoni vocalici sono quelli dove l'allontanamento dalla lingua originale è più evidente. A livello morfologico, l'individuazione del genere dei prestiti è una questione piuttosto disomogenea e si tende ad imporre il genere della lingua d'arrivo nei casi in cui vi sia somiglianza formale o per questioni semantiche (Robustelli, 2017). Con gli anglicismi, presenti in quantità elevata nel linguaggio italiano della moda (Caniato, 2016), si fa riferimento al genere naturale, nel caso di persone e animali, e si attribuisce solitamente il maschile ai termini che, in inglese, sono neutri. Non sono comunque rari i casi di influsso semantico (come, ad esempio, la *gang*, rimandando all'italiano "banda"). In italiano, i prestiti inglesi rimangono generalmente invariati in numero: si evita di aggiungere il suffisso *-s* per il plurale, che viene dedotto dal determinante o dal contesto (Lubello, 2014).

L'integrazione di anglicismi e francesismi nell'italiano della moda crea, secondo Caniato (2016), una lingua ibrida che può essere capita solo da coloro che comprendono tali forestierismi; perciò questa lingua, e in estensione le riviste di moda, si rivolgono principalmente a questo tipo di lettori o parlanti. In questo modo, viene creato un gruppo esclusivo nel quale solo le persone capaci di capire questo linguaggio specialistico sono incluse. Coloro

che non la comprendono, invece, non appartengono al gruppo e sono, perciò, esclusi. Sembra, insomma, che inclusione e esclusione ed il prestigio esclusivo della lingua sono parole chiavi per chi vuole capire il mondo della moda e i suoi linguaggi. Nel paragrafo successivo descriveremo il loro uso nella versione francese e nella versione italiana di alcuni numeri della rivista online *Vogue*.

3. Analisi linguistica di alcuni numeri della rivista *Vogue* in lingua francese e in lingua italiana

La rivista *Vogue*, il cui nome deriva dall'inglese con il significato di "moda", è un periodico mensile fondato come pubblicazione settimanale nel 1892 a New York da Arthur Baldwin Turnure. Nel 1973 la rivista risultò incredibilmente popolare tra il pubblico femminile, diventando una pubblicazione mensile, dato che i numeri infra mensili riscuotevano meno successi di quelli pubblicati all'inizio o alla fine del mese. Dal 1909 diventa di proprietà della casa editrice americana Condé Nast ed è oggi edita in 21 paesi al mondo (Angeletti, Oliva, 2008).

Dal punto di vista linguistico, secondo Corbucci (2008), *Vogue* crea propriamente una lingua nuova che mescola lingue diverse selezionando parole di notevole potere evocativo. La sintassi sembra "esplodere" e lo stile è rigorosamente nominale. I numerosi prestiti non adattati dall'inglese, nella versione in lingua francese, e dall'inglese e dal francese, nella versione in lingua italiana, costituiscono i cosiddetti "tecnicismi collaterali", secondo la definizione di Dardano e Trifone (2002, 631), cioè "parole ed espressioni stereotipate dal cui uso non risulta una maggiore chiarezza dell'enunciato, e tuttavia preferite perché conferiscono al discorso una più spiccata connotazione tecnica".

Attraverso la consultazione dell'archivio digitale della rivista in versione francofona (www.vogue.fr/archives) e italoфона (<http://archivio.vogue.it/>) siamo riusciti a risalire ai numeri digitalizzati di *Vogue* dal 2000 al 2018, al fine di delineare le ultime tendenze lessicali della rivista. Abbiamo scelto come numeri quelli dei mesi di settembre e ottobre in quanto in questo periodo dell'anno, dal 1958 a Milano e dal 1973 a Parigi, si tiene la settimana della moda con le sfilate primavera-estate, periodo fertile per il nostro campo di indagine linguistico, e perché nel mese di settembre, dal 2009, si tiene anche la Notte della Moda o Fashion Night Out, come viene comunemente definita dai numeri francofoni e italoфoni analizzati, e dunque ancora maggiormente di nostro interesse per l'analisi del lessico attuale di *Vogue*. Per lo studio in questa ricerca è stato utilizzato un corpus di 36 numeri in lingua

francese e 36 numeri in lingua italiana, per un totale di 72 numeri analizzati. Al fine di poter osservare il materiale linguistico, abbiamo deciso di convertire tutti gli articoli di maggior ricchezza lessicale in un file word in modo da poter fare alcuni calcoli per quanto riguarda il numero totale dei lessemi, il numero di anglicismi e di francesismi utilizzati. Abbiamo scelto soltanto questi due tipi di forestierismi in quanto più ricorrenti nel corpus e di maggiore interesse per il nostro campo di indagine, ma ricordiamo anche la presenza nei testi di *Vogue* di italianismi, germanismi, ispanismi e termini più esotici provenienti dal giapponese, dall'arabo e dal russo (Zanola, 2012). Successivamente abbiamo contato negli articoli, attraverso il software di analisi lessicometrica AntConc, tutti i prestiti linguistici presenti, il cui risultato è circa 496 anglicismi nei numeri francofoni e 524 anglicismi e 362 francesismi nei numeri italofofoni.

Attraverso il calcolo del numero totale dei lessemi e dei forestierismi in tutte e due le collezioni di dati è stato possibile calcolare in percentuale la frequenza relativa, che si ottiene dividendo la frequenza dei prestiti linguistici con il numero totale delle parole (Muller, 2000).

Tab. 1 – Frequenza dei forestierismi in articoli francofoni e italofofoni

	Articoli <i>Vogue</i> in lingua francese	Articoli <i>Vogue</i> in lingua italiana
Numero totale di forestierismi	496 anglicismi	886 anglicismi + francesismi
Numero totale dei lessemi	8.427	7.941
Frequenza relativa	5,88%	11,15%

Come risulta dalla tabella 1, si nota che, come si poteva dedurre, la frequenza relativa dei forestierismi si manifesta più alta nei testi italofofoni, cioè nell'11,5% dei casi rispetto al 5,88% dei testi francofoni; è nota quindi la differenza tra le lingue, data anche dal fatto che l'italiano, a differenza della lingua francese, porta al suo interno sia anglicismi che francesismi (quest'ultimi non calcolabili nel francese).

Per quanto riguarda la frequenza dei prestiti linguistici nella lingua francese, gli anglicismi sono stati ordinati in una tabella secondo la frequenza dell'uso nel corpus francofono analizzato, prendendo soltanto i primi venti più ricorrenti:

Tab. 2 – Frequenza di anglicismi nel corpus *Vogue* in lingua francese

Forestierismo	Frequenza
fashionista	79
people	73
brand	68
boyfriend	65
fashion	59
must-have	55
look	52
shopping	48
dressing	44
cheap	41
label	39
loose	37
slim	36
come-back	31
make-up	31
zip	29
beach wear	27
must have	25
waterproof	24
fashion week	22

Riguardo, invece, ai forestierismi nella lingua italiana, abbiamo creato due tabelle secondo il tipo di prestito linguistico.

La tabella 3 contiene i 10 francesismi più utilizzati negli articoli studiati, la tabella 4 contiene i 10 anglicismi più presenti nei testi:

Tab. 3 – Frequenza di francesismi nel corpus *Vogue* in lingua italiana

Forestierismo	Frequenza
chiffon	67
tulle	62
dentelle	58
gabardine	57
voile	49
matelassé	46
minaudière	45
mousseline	40
denim	38
voile	36

Tab. 4 – Frequenza di anglicismi nel corpus *Vogue* in lingua italiana

Forestierismo	Frequenza
outfit	95
glamour	94
fashion blogger	93
celebrities	88
red carpet	87
make-up	81
beauty	79
fashion week	75
stylist	74
shopper	69

Per quanto concerne il corpus in lingua francese, sembra evidente che in molti casi si abbia a che fare con forestierismi ingiustificati, in quanto si tratta di espressioni o lessemi per i quali il francese, a differenza dell'italiano, possiede già un termine equivalente, come:

Tab. 5 – Equivalenti in lingua francese dei forestierismi nel corpus di *Vogue.fr* tratti dalle risorse lessicografiche del sito Trésor de la Langue Française informatisé (<http://atilf.atilf.fr/>)

Forestierismo	Equivalente in lingua francese
fashionista	modeuse
people	gens à la mode
brand	marque
boyfriend	“petit ami” > coupe particulière de pantalon
fashion	mode
must-have	indispensable
look	allure
shopping	achats
dressing	garde-robe
cheap	bon marché
label	marque
loose	ample
slim	étroit
come-back	retour
make-up	maquillage
zip	fermeture glissière / éclair
beach wear	mode balnéaire
must have	dernier cri
waterproof	imperméable
fashion week	semaine des défilés

Nel corpus in lingua italiana, invece, sia i francesismi che gli anglicismi utilizzati sono facilmente riscontrabili anche in altre riviste non specialistiche del settore moda, indice del fatto che l'italiano, a differenza della lingua francese di Francia (e specifichiamo il paese francofono di riferimento scelto in quanto riteniamo interessante anche un possibile ulteriore approfondimento che ci proponiamo di fare in seguito sui forestierismi nel linguaggio della moda del francese quebecchese, in Canada, molto più conservativo della varietà diatopica europea), abbia puntato ad una pratica più assimilante, lasciando i prestiti perlopiù nella loro forma originale. In Italia la grafia e il ruolo grammaticale dei prestiti integrali rimangono generalmente invariati nella lingua. Solitamente, si registrano modifiche di tipo fonetico, morfologico e morfosintattico. Nel primo caso, i termini francesi o inglesi acquisiscono le caratteristiche di pronuncia della lingua di arrivo e, nel caso dell'italiano, i suoni vocalici sono quelli dove l'allontanamento dalla lingua originale è più evidente. A livello morfologico, l'individuazione del genere dei prestiti è una questione piuttosto disomogenea e si tende ad imporre il genere della lingua d'arrivo nei casi in cui vi sia somiglianza formale o per questioni semantiche. Con i francesismi e gli anglicismi si fa riferimento al genere naturale, nel caso di persone e animali, e si attribuisce solitamente il maschile ai termini che in francese sono anch'essi maschili o neutri in inglese. Non sono comunque rari i casi di influsso semantico (come, ad esempio, la gang, rimandando all'italiano "banda"). In lingua italiana, inoltre, i prestiti della moda francesi e inglesi rimangono generalmente invariati in numero: si evita di aggiungere il suffisso -s per il plurale, che viene dedotto dal determinante o dal contesto (Rak, Catricalà, 2013).

Tab. 6 – Numero di francesismi nella rivista *Vogue* in lingua italiana

<i>Vogue Italia</i>	
Numero totale di francesismi	370
Numero totale di lessemi del corpus	7941
Frequenza relativa	4,65%

Tab. 7 – Numero di anglicismi nella rivista *Vogue* in lingua italiana

<i>Vogue Italia</i>	
Numero totale di anglicismi	516
Numero totale di lessemi del corpus	7941
Frequenza relativa	6,49%

Per quel che riguarda i francesismi nel linguaggio italiano della moda, da come possiamo vedere dalle tabelle 6 e 7, notiamo che l'influsso della lingua

francese sull'italiano è, oggi, molto inferiore rispetto a quello della lingua inglese. Rispetto all'influenza dell'inglese, sembra che il francese stia perdendo importanza nei discorsi inerenti alla moda. Colpisce maggiormente il risultato ottenuto con *Vogue Italia* in cui si riscontrano più anglicismi che francesismi, nonostante la lingua italiana sia stata influenzata più a lungo dalla cultura francese. Constatiamo infatti che in ogni edizione studiata, gli anglicismi sono molto più numerosi rispetto ai termini francesi. Benché l'influsso della lingua inglese sia molto più giovane nella storia italiana, potremmo dire che sta aumentando molto velocemente. Secondo D'Achille (2010, 82) gli anglicismi entrano maggiormente in italiano nelle lingue settoriali. Lo studioso aggiunge inoltre che persino una buona parte dei precedenti francesismi in italiano sono stati sostituiti da anglicismi (D'Achille, 2010, 80), il che potrebbe spiegare la presenza aumentata di termini inglesi. De Mauro ritiene, pertanto, che la lingua italiana non sia affatto minacciata dall'inglese, bensì sostiene che i forestierismi siano una forma per arricchire il linguaggio e modernizzarsi (Giovanardi, Gualdo, 2008, 10).

Conclusioni

I forestierismi sono elementi di testimonianza del rinnovamento linguistico della lingua francese e della lingua italiana (Niklas-Salminen, 2015, 96). In questo studio è stato ricercato l'uso di prestiti linguistici nel linguaggio della moda della rivista *Vogue* in versione francese e italiana dagli anni 2000 al 2018 raccogliendo un corpus di articoli di cui abbiamo studiato la tipologia di prestiti, misurando inoltre anche la frequenza degli anglicismi nel corpus in lingua francese e la frequenza di francesismi e anglicismi nel corpus in lingua italiana secondo metodi della statistica linguistica (Muller, 2000). Analizzando il nostro intero corpus, si è potuto misurare l'influsso straniero sulle lingue in questione, distinguendo il numero totale di forestierismi dal numero complessivo di parole presenti nelle varie edizioni. Va notato che i lessemi d'origine inglese sono maggiormente presenti nel corpus in lingua italiana rispetto ai francesismi, di cui notiamo un calo rispetto al passato (Marazzini, Petralli, 2015). A proposito degli anglicismi, abbiamo constatato che *Vogue* in versione francese ne conta 496 (5,88%), mentre *Vogue* in versione italiana conta 516 anglicismi (6,49%), facendo dedurre che l'italiano sia molto più propenso ad accogliere prestiti linguistici da lingue straniere, considerando anche i francesismi presenti, rispetto alla lingua francese dove abbiamo una percentuale minore di forestierismi. Per di più, quasi tutti i prestiti linguistici (sia francesismi che anglicismi) rimangono nella forma originaria sia nei testi in lingua francese che in quelli in lingua italiana.

Nel raccontare le tendenze contemporanee del settore moda è ormai essenziale ricorrere all'uso di parole straniere. Grazie alle peculiarità del suo linguaggio, la moda si comunica e, attraverso la sua retorica, il mondo circostante si insidia nella terminologia della moda, aggiungendo ideologie e significati innovativi. Come afferma Barthes, passando alla comunicazione scritta la moda diventa un oggetto culturale autonomo, dotato di una struttura originale e probabilmente di una finalità nuova; alle funzioni sociali, solitamente riconosciute alla moda vestimentaria, si sostituiscono o si aggiungono altre funzioni, analoghe a quella di tutta la letteratura, e che si possono riassumere in una parola dicendo che, attraverso la lingua, che la prende definitivamente su di sé, la moda diventa racconto (Barthes, 2006, 249).

Riferimenti bibliografici

- Altmanova J. (2013), *Du nom déposé au nom commun. Néologie et lexicologie en discours*, EDUCatt, Milano.
- Angeletti N., Oliva A. (2008), *In Vogue*, Rizzoli, Torino.
- Barthes R. (1983), *Système de la mode*, Éditions du Seuil, Paris.
- Barthes R. (2006), *Il senso della moda. Forme e significati dell'abbigliamento*, Einaudi, Torino.
- Benveniste É. (1966), *Problèmes de linguistique générale*, vol. 1, Gallimard, Paris.
- Berruto G. (2012), *Sociolinguistica dell'italiano contemporaneo*, Carocci, Roma.
- Bombi R. (2011), "È un mood global hippy, ma con un tocco chic da jetsetter". *Qualche riflessione sulla lingua speciale della moda di oggi*, in Csillaghy A., Riem Natale A., Romero Allué M., De Giorgi R., Del Ben A., Gasparotto L., a cura di, *Un tremore di foglie. Scritti e studi in ricordo di Anna Panicali*, Forum, Udine.
- Bonaffè É. (1920), *L'anglicisme et l'anglo-américanisme dans la langue française. Dictionnaire étymologique et historique des anglicismes*, Delagrave, Paris.
- Caniato M. (2016), *Is Vogue like Vogue all round the world? A comparison between Vogue in Italy, the Netherlands and the UK*, "European Journal of Communication".
- Celotti N. (2015), *Mots et culture dans tous les sens. Initiation à la lexiculture pour italophones*, Utet, Torino.
- Centrella M. (2014), *Traduire pour le textile: enjeux et perspectives*, "Testi e Linguaggi", 8.
- Corbucci G. (2008), *La lingua della moda*, "Studi di Glottodidattica", 2, 37-51.
- Cortelazzo M. (1994), *Lingue speciali: la dimensione verticale*, Unipress, Padova.
- Cosmai D. (2007), *Tradurre per l'Unione Europea. Prassi, problemi e prospettive del multilinguismo comunitario dopo l'ampliamento a est*, Hoepli, Milano.
- Cynarska-Chomicka B. (2011), *Les anglicismes récentes dans le vocabulaire français de la mode*, "Romanica Cracoviensia", 11.
- D'Achille P. (2010), *L'italiano contemporaneo*, Il Mulino, Bologna.

Commentato [FF109]: Inserire dettagli rivista e numero di pagine

- Dardano M., Trifone P., (2002), *Grammatica italiana con nozioni di linguistica*, Zanichelli, Bologna.
- Diglio C., Centrella M. (2013), *Les tissus au fil des mots*, Hermann Éditeurs, Paris.
- Étiemble R. (1991), *Parlez-vous franglais?*, Gallimard, Paris.
- Giovanardi C., Gualdo R. (2008), *Inglese-Italiano 1 a 1. Tradurre o non tradurre le parole inglesi?*, Manni, San Cesario di Lecce.
- Lehman A., Martin-Berthet F. (2006), *Introduction à la lexicologie. Sémantique et morphologie*, Nathan, Paris.
- Lubello S. (2014), *L'italiano è ancora lontano? Qualche riflessione sull'influsso dell'inglese*, in Lubello S., *Lezioni d'italiano. Riflessioni sulla lingua del nuovo millennio*, Il Mulino, Bologna.
- Maiello G. (2011), *Reformulation diachronique des ressources lexicales dans les dictionnaires spécialisés*, in Dotoli G., Boccuzzi C., *Le temps du dictionnaire. Synchronie-Diachronie*, Schena Editore/Alain Baudry et Cie, Fasano/Paris.
- Marazzini C., Petralli A., a cura di (2015), *La lingua italiana e le lingue romanze di fronte agli anglicismi*, goWare Editore, Firenze.
- Muller C. (2000), *Initiation aux méthodes de la statistique linguistique*, Honoré Champion, Paris.
- Niklas-Salminen A. (2015), *La lexicologie*, Armand Colin, Paris.
- Petrillo M.G. (2009), *Il lessico delle redazioni giornalistiche*, in Diglio C., a cura di, *Lessicologia e lessicografia francese e inglese oggi*, Schena Editore, Fasano.
- Rak M., Catricalà M. (2013), *Global fashion. Spazi, linguaggi e comunicazione della moda senza luogo*, FrancoAngeli, Milano.
- Robustelli C. (2017), *Sindaco e sindaca: il linguaggio di genere*, Accademia della Crusca e La Repubblica, Roma.
- Sobrero A.A. (2016), *Introduzione all'italiano contemporaneo. Vol. II: La variazione e gli usi*, Laterza, Bari.
- Vaccaro V.A. (2007), *Il prestito linguistico tra teoria e retorica: criteri metodologici ed effetti stilistici*, "L'analisi linguistica e letteraria", 15.
- Zanola M.T. (2008), *Les anglicismes et le français du XXI^e siècle: la fin du franglais?*, "Synergies Italie", 4.
- Zanola M.T. (2012), *La mode et ses mots: terminologie, traduction et savoirs encyclopédiques*, in Falivene E., Obad S., Saggiomo C., Viviani P., a cura di, *Itinerari di culture*, Loffredo, Napoli.

3. “Moda” e “Media”. *La rappresentazione della donna nelle riviste di moda: frames mediatici a confronto*

di Emanuela Pece

Abstract

The paper aims at illustrating a comparison of the media frames used by some of the main Italian fashion reviews (*Vogue*, *Marie Claire* and *Vanity Fair*) concerned the female pictures. From this prospective of analysis, the use of the words and the images are strictly connected: both lead to a specific *media representation of women* connected to the fashion context.

1. La moda e i mass media: alcuni concetti generali

L'abbigliamento, gli oggetti e il modo di vestire in generale possono essere considerati come segni che contribuiscono a identificare il nostro corpo e, allo stesso tempo, tali da entrare in relazione con il mondo in cui viviamo contribuendo a rafforzare (o meno) le *identità sociali* connesse, a loro volta, a un dato momento storico e culturale. La moda, intesa come *look*, potrebbe essere considerata come un insieme di “regole” attraverso cui un corpo, nel nostro caso, quello femminile, all'interno di un contesto storico e culturale ben definito può esprimere una complessità di significati e di valori non solo connessi alla dimensione puramente estetica, ma anche alle modalità attraverso cui il corpo può apparire nel mondo. In tal senso, il ruolo dei mezzi di comunicazione di massa può essere importante nel fornire rappresentazioni tali da rafforzare (o mettere in discussione) immagini e stereotipi consolidate nell'opinione pubblica e connesse a un dato ruolo sociale (Ceriani, Grandi, 2003). Da qui è nata l'esigenza di sviluppare una riflessione sull'immagine del *femminile* proposta dai mass media, nel nostro caso, dalle riviste di moda ricche di simbolismi.

L'interesse per le riviste di moda nasce dal fatto che sono insufficienti o

mancano del tutto gli studi sugli effetti sociali del contenuto di tali riviste, a dispetto della grande mole di studi sugli effetti sociali dei media: è molto difficile andare a misurare i reali effetti sociali di questi contenuti sul vissuto quotidiano in particolare delle donne. È, infatti, banale affermare che l'unico effetto o il principale effetto è quello di aumentare il consumo di un capo di abbigliamento o di un accessorio, in realtà il più importante effetto delle riviste di moda è quello di produrre linguaggi, simboli, valori e modelli culturali (Mascio, 2003) che sono in grado di influenzare il comportamento degli individui e nel caso specifico delle donne.

2. Le rappresentazioni mediali e i *frames*

Nel discorso tra *frames mediatici* e rappresentazioni occorre fare alcune precisazioni di ordine concettuale. Innanzitutto, il ruolo dei mezzi di comunicazione di massa può essere determinante nel fornire rappresentazioni sociali tali da rafforzare (o mettere in discussione) immagini e stereotipi consolidate nell'opinione pubblica e connesse a un dato ruolo sociale.

Nel cosiddetto *frame space* (Goffman, 1987) l'oggetto, così come il contenuto della comunicazione dei mass media che viene veicolato, costituisce quell'ambiente sociale all'interno del quale non solo si svolge la pratica comunicativa, ma anche l'interpretazione di quanto viene trasmesso, con la relativa costruzione di significati. Al discorso sui *frames* viene associato quello dell'*agenda setting* dei media, ovvero, quel processo di tematizzazione operato dai mezzi di comunicazione di massa (Bruno, 2014). In altri casi, invece, il *frame* rimanda alla modalità con cui un'informazione viene trasmessa al pubblico tenendo conto del punto di vista che si vuole proporre. Di conseguenza le informazioni appaiono come oggetti di una realtà di cui il *frame*, volendo citare una definizione proposta da Tuchman (1978), diventa una *finestra sul mondo*: i contenuti oggetto della rappresentazione sono inquadrati all'interno di una cornice di senso attraverso cui le persone possono apprendere di sé stessi, degli altri, degli stili di vita di altre nazioni e popoli. Il *frame* permetterebbe, così, alle persone di guardare una realtà (o parte di essa) che si colloca al di fuori del proprio vivere quotidiano; uno spaccato di realtà che viene circoscritto e delimitato dal *frame* stesso e che diventa oggetto di continue rinegoziazioni di significato. Una sorta di "dialogo" tra ciò che i media propongono e ciò che il pubblico re-interpreta sulla base di conoscenze e informazioni acquisite e precostituite, ma che al tempo stesso, sono soggette a nuove rielaborazioni. Il discorso sul *framing effect* (Iyengar e Kinder, 1987) sviluppa questo concetto: le persone, attribuendo significati ai contenuti mediali cambierebbero i propri giudizi e/o atteggiamenti a seconda della modalità con cui un dato tema, evento, ecc. è rappresentato all'interno di un preciso *frame*.

Sulla scorta di questo ragionamento, il *frame* diventerebbe uno strumento attraverso cui le persone hanno la possibilità di ricostruire immagini di “realtà” partendo da un particolare contenuto filtrato dai mass media; si tratta, come sempre, di un percorso bi-direzionale, in quanto, i *frames* poggiano su aspetti culturali pre-esistenti che, a loro volta, sono attivati e stimolati (Bruno, 2014) ed essi stessi opererebbero all’interno di una cornice culturale pre-esistente. In tal senso, il processo di *framing* porterebbe all’emersione di questi significati attraverso richiami e risonanze culturali (Gamson, 1992). Il mondo, la realtà “esistente” intrisa di elementi culturali e significati simbolici costituisce il terreno in cui il *frame* affonda le sue radici: il contesto sociale, storico e culturale influisce, quindi, sulla definizione del *frame* consentendo di definire specifiche rappresentazioni di un dato oggetto, evento o fenomeno sociale verso il quale il pubblico attribuisce un particolare significato. L’aspetto culturale diviene un elemento importante nell’ambito del processo di costruzione e ricostruzione di significati e, di conseguenza, il *frames* rappresenta l’espressione di un concetto multidimensionale costituito da un insieme di contenuti verbali, visuali e simbolici che, riorganizzati all’interno di un testo, rappresentano un momento importante nella costruzione di significati (Reese, 2003).

Nel nostro discorso, i *frames mediatici* permettono di individuare le differenti tipologie di rappresentazioni che i media (qui, alcune riviste del settore moda) associano alle immagini femminili fornendo al pubblico chiavi di lettura e re-interpretazioni di significati che rimandano a figure di donna appartenenti al mondo della “moda”.

Nel binomio “moda e media” che muove il nostro studio di caso, il *frame* permette, inoltre, di andare a definire, fin dove è stato possibile, eventuali temi di interesse sociale che sono connessi, per alcuni aspetti, sia all’immagine femminile sia al mondo della moda. Temi e contenuti su cui le riviste di moda, nella rappresentazione delle donne, tendono ad associare e a portare all’attenzione del pubblico dei lettori; gli stessi che, in una prospettiva diacronica, sono (o possono essere) ritenuti dalle riviste come argomenti di interesse generale attorno cui l’opinione pubblica “è chiamata” a riflettere e ad attribuire “vecchi” e “nuovi” significati.

3. La moda e i frames mediatici: uno studio su *Vogue*, *Marie Claire* e *Vanity Fair*

L’analisi dei *frames mediatici* permette di individuare alcune delle modalità con cui le riviste specializzate nel settore della moda hanno rappresentato l’immagine femminile nel corso degli anni.

Per la nostra analisi abbiamo selezionato, come *corpus* della ricerca, le

copertine delle riviste optando per almeno 3-4 numeri all'anno (trattandosi di mensili) e suddividendo le uscite di ciascuna rivista per decenni in modo da ottenere almeno quattro numeri rappresentativi di ciascun periodo. In Italia le riviste specializzate nel settore moda sono: *Vogue*, *Marie Claire* e *Vanity Fair*. Il materiale selezionato all'interno dei siti di ciascuna rivista ha tenuto conto di un arco temporale che va dagli anni Sessanta e Settanta (secondo la disponibilità e reperibilità in ciascun sito) fino ai primi tre mesi del 2018 (ovvero allo stato attuale del presente studio). Non mancano, tuttavia, esempi che risalgono anche a periodi antecedenti rispetto a quelli considerati dal momento che, soprattutto da una prospettiva iconografica, risultavano rappresentativi di una realtà storica e sociale significativa per quanto riguarda il ruolo della donna all'interno della società.

La scelta delle tre testate ha diverse ragioni: innanzitutto attualmente *Vogue*, *Vanity Fair* e *Marie Claire* sono alcune tra le riviste specializzate nel settore moda più lette in Italia. In secondo luogo, tutte e tre le testate hanno una tradizione editoriale consolidata nel tempo. *Vogue*, ad esempio, nasce come "gazzetta mondana" piuttosto che come rivista di alta moda. All'epoca, lo scopo era quello di rappresentare la vita dell'alta società newyorkese raccontando gli interessi e lo stile di vita agiato. *Vogue* era rivolto a un pubblico femminile e maschile, inoltre, nonostante raccontasse lo stile di vita dell'alta società di New York, il suo target principale era costituito da quella fetta di pubblico che aspirava ad appartenere a quella classe sociale. Ad oggi, la rivista ha sede in più di 19 Paesi del mondo ed è considerata una delle più prestigiose riviste di moda. In Italia il marchio *Vogue* entra a partire dal 1966, fino ad allora la rivista si chiamava *Novità*: rivolta, invece, a un gruppo di elite; trattava di stile, di arredamento e di moda. Sulla scia di questa tradizione, *Vogue* nel corso degli anni, ha ampliato l'offerta tematica come, ad esempio, *Vogue uomo*, *Vogue bambino*, *Vogue sposa*; allo scopo di abbracciare, quanto più possibile, i vari aspetti della vita quotidiana delle persone accentuandone le peculiarità e guardando attraverso la lente della moda e della "tendenza" ciascuno di questi aspetti.

Anche *Vanity Fair* nasce negli Stati Uniti intorno al 1800: inizialmente si propone al pubblico come un magazine di umoristica per poi trasformarsi in una "society magazines" proponendo caricature e gossip dei personaggi dell'epoca (prevalentemente soggetti maschili). Agli inizi del 1900, come *Vogue*, arriva nel mondo della moda prestando particolare attenzione ai temi legati al lusso, alla raffinatezza dell'alta società. Infine, *Marie Claire* nasce nel 1937 in Francia da subito come rivista di alta moda proponendosi come "specchio" dell'alta società di quel tempo. La rivista interrompe le sue pubblicazioni durante gli anni della II guerra mondiale per poi riprendere la propria attività nel 1954. In Italia, i primi numeri risalgono intorno al 1980 e a

seguito di una breve interruzione, riappare nel panorama mediatico nel 2003; ad oggi si colloca come un mensile di alta moda anch'essa corredata da un'offerta informativa ampia e diversificata con differenti supplementi tematici, tra cui, ad esempio, *Marie Claire Maison*.

Un'ultima ragione che ha influito sulla scelta delle testate, come abbiamo visto anche nel ripercorrere brevemente la storia di ciascun giornale, riguarda il fatto che tutte le riviste trattano il tema della "moda" prestando particolare attenzione al *look* anche se, nel corso del tempo, sia i contenuti tematici sia la "struttura" stessa della copertina si sono evolute.

Per l'analisi dei frame mediatici abbiamo tenuto conto delle copertine di ciascuna rivista andando ad esaminare gli elementi iconografici e testuali che contribuiscono alla definizione dei frames; attraverso questi è possibile definire quelle rappresentazioni che possono rafforzare o meno, stereotipi di genere legati a ruoli sociali che nel nostro caso, sono ricoperti dalle donne. In particolare per la nostra analisi abbiamo tenuto conto di tre aspetti principali: la struttura della copertina (spazio dedicato alle immagini, ai titoli, presenza di uno o più titoli, ecc); il ruolo delle fotografie e delle immagini femminili e, infine, gli argomenti tematizzati dalle riviste (Papuzzi, 2010).

La scelta di prendere in considerazione le copertine fa riferimento al fatto che queste rappresentano una "vetrina" e, inoltre, è proprio attraverso la copertina che è possibile individuare gli argomenti, "alla moda" o di interesse per la rivista.

Sono state escluse dall'analisi tutte quelle copertine al cui interno non erano riportate foto e/o immagini femminili o che non erano direttamente collegati a queste, come ad esempio, copertine dedicate a protagonisti di sesso maschile oppure ad altre tematiche (arredamento, costume, società, ecc.)

I risultati dell'analisi ci hanno permesso di individuare sei tipologie di *frames mediatici* che contribuiscono alla definizione di ulteriori sei tipi di rappresentazioni mediatiche della donna selezionati sulla base di analogie tra immagini, tra costruzione delle copertine e tra somiglianze con temi trattati. Partiamo dal primo frame che abbiamo definito come *Women jewel* in cui emerge l'immagine di una donna-gioiello simbolo del lusso e dell'eleganza. Il look rimanda a uno stile di vita ricco e agiato. Si evidenzia una particolare attenzione ai dettagli come ad esempio, gli orecchini, i capelli, gli occhiali, ecc. utilizzati come elementi che arricchiscono la personalità femminile fornendo l'immagine di una donna simbolo d'eleganza. Questo tipo di frame appare principalmente dalle copertine di *Vogue* e *Marie Claire* (fig. 1) che si allineano anche con la mission stessa della rivista. Sono immagini che appartengono per lo più al passato; dagli anni Ottanta e Novanta in poi, la rappresentazione del "lusso" appare meno presente nelle copertine.

Il secondo tipo di frame è stato definito come *Women's voice* (la "voce

delle donne”). Le immagini delle donne riproposte nelle copertine hanno una “voce” nel senso che parlano, discutono, di temi e di problematiche di interesse generale legate a un vivere quotidiano, come ad esempio: rapporti di coppia, la carriera, il loro ruolo di donne e di madri nella società. È come se attraverso l’immagine della donna (stiamo parlando di personaggi pubblici) si volesse creare un “legame” con il pubblico dei lettori puntando sulla condivisione di temi e argomenti di vario genere. Tra tutte, *Vanity Fair* (fig. 2) predilige molto questo tipo di rappresentazione.

Il terzo tipo è *Natural beauty* in cui si esalta la bellezza, la sensualità e l’autenticità dell’essere donna. Gli scatti fotografici che ritraggono volti e corpi femminili puntano a proporre al pubblico l’immagine di una donna “al naturale”. Qui l’elemento interessante è che l’artificiosità dello scatto fotografico sottostà al principio di “naturalità” che l’immagine femminile deve esprimere; nonostante, ad esempio, nella foto ci siano delle modelle, la loro “bellezza al naturale” sembra esprimere un concetto universale appartenente a tutte le donne (fig. 3).

In contrapposizione alla ricerca della naturalezza ed autenticità della donna, si colloca il *frame* definito come *Women of art* (“le donne dell’arte”). In questo caso, i volti e i corpi femminili sono l’espressione dell’arte: le copertine richiamano a opere d’arte, a quadri (come è nel caso di Salvador Dalí in fig. 4). I volti sono sdoppiati, così come i corpi sono ritratti attraverso semplici figure stilizzate; siamo in presenza di immagini femminili reinventate e soggette all’interpretazione dell’artista; in tal senso, l’idea di una donna appartenente “alla realtà quotidiana” lascia il posto alla creatività di chi le osserva.

Ma le immagini contenute nelle copertine delle riviste non rappresentano solo “corpi” o volti delle donne, ma diventano strumenti attraverso cui il giornale può celebrare la donna a seconda del suo ruolo all’interno della società. Siamo in presenza del *Icon women frame*, ovvero, delle “donne icone”; in altre parole, le foto propongono i “volti noti” della musica, dello spettacolo, del cinema, del teatro, della politica *al femminile* a testimonianza del “successo”, della propria popolarità in un particolare ambito o nella società in senso più ampio. Ci sono donne che si contraddistinguono per bellezza, per stile, per comportamento, per il ruolo che rivestono, per ciò che hanno detto o fatto nella loro vita. Nonostante la rivista dedichi la propria copertina a un preciso personaggio, l’idea che emerge (aiutata anche dalla componente testuale) è che la donna diventa un “modello” di comportamento, un punto di riferimento, un portavoce di esperienze di vita che possono accumulare altre donne appartenenti a un vivere quotidiano. La foto di Lady Diana (fig. 5), ad esempio, mette in risalto come la *royalty*, la “regalità”, appartenente alla vita della principessa (come leggiamo nel titolo dell’articolo che accompagna l’immagine) vuole essere calata nella realtà quotidiana (*into reality*).

L'ultimo *frame* è stato definito con *Female power* puntando sul "gioco di parole" dato dai due aggettivi inglesi *female* e *male* utili per indicare quelle immagini che ridefiniscono, in un'ottica maschile, il concetto stesso di femminilità. La componente maschile appare dall'abbigliamento e dagli accessori indossati dalle modelle. Pertanto, ci sono abiti con giacche, pantaloni e gli scatti fotografici ritraggono le modelle con pose e atteggiamenti tipicamente "maschili". È, quindi, una donna che "interpreta" un ruolo, quello maschile, appropriandosi anche dell'abbigliamento (fig. 6).

Da un'analisi comparativa delle copertine tenendo conto, in questo caso, della dimensione testuale sono emersi alcuni aspetti significativi; innanzitutto, appare sia un'evoluzione del "linguaggio" dei giornali sia un'estensione dei contenuti tematici trattati dalle riviste stesse, in particolar modo per *Vanity Fair* e *Marie Claire* che a differenza di *Vogue*, ad esempio, affidano la struttura delle proprie copertine non solo alle immagini, ma anche ad elementi testuali inserendo più titoli di notizie.

Per quanto riguarda *Vogue*, invece, la dimensione iconografica prevale su quella testuale, ciò che è emerso dall'analisi è un'evoluzione dell'uso dei titoli, ovvero da titoli "descrittivi" (anticipatori di quanto contenuto nelle pagine del giornale) si è passati a quelli ad "effetto", come se fossero degli "slogan" apparentemente scollegati dal resto delle notizie contenute nella rivista. L'aspetto testuale sembra assumere la funzione di "catalizzatore" dell'attenzione del lettore; volendo citare qualche esempio, abbiamo: "*Feeling good*"; "*Love*"; "*Belle vere*"; "*Belle così*"; "*Capitolo primo*"; "*Wonder*" e "*The power of personality*".

Da un punto di vista della scelta delle parole e delle espressioni che "costruiscono" i titoli di apertura degli articoli e dei temi affrontati da ciascuna rivista; la maggior parte di questi rientrano nella sfera semantica propria della moda intesa sia come "gli spazi" della moda (ad esempio, *passerelle*, oppure, le città come *Milano*, *Tokyo*, *Parigi*) sia le regole stesse della moda, come ad esempio: *moda d'inverno*, *style codes*; *stile*; *moda classica*; *moda al femminile*, *look di stagione*, *vestito per ogni sera*; *collezioni*; *il ritorno del fascino italiano*; *regole da seguire*; *fantasie*; *moda geometrica*; *colori pastello*; *stile power*; *autunno a colori*; *tendenze*; *sfilate*; *sfilate prêt-à-porter*; *moda remix*; *glamour*.

Questi stessi termini sembrano aver tracciato l'evoluzione dei contenuti e degli argomenti affrontati dalle riviste e che possono essere annoverati come "alla moda" e, quindi, di "tendenza" in un preciso momento storico e sociale. Non c'è una forte differenza nel corso degli anni di contenuti oggetto delle riviste, quanto piuttosto, ciò che a nostro avviso appare in continua evoluzione è la modalità con cui si affronta, anche e soprattutto pubblicamente, un dato tema che può essere di interesse generale.

Conclusioni aperte

Dall'analisi dei *frames mediatici*, i classici ruoli sociali ricoperti dalle donne, come quelli di moglie, di madre, di figlia, di lavoratrice, ecc., dal punto di vista delle riviste di moda appaiono come elementi "di tendenza", "d'eccezione" che rafforzano un valore legato a un determinato ruolo sociale che attraverso la voce della moda, appaiono una peculiarità e un tratto distintivo estrapolati da un frammento di realtà della vita quotidiana. La lente mediatica non funge solo da "specchio" della realtà, ma, per dirle con le parole di Tuchman (1978) da una "nuova finestra sul mondo", quello della moda. L'elemento che distingue una "donna" da una "donna da copertina" non sembra tradursi in un'immagine femminile che "idealizza" un certo tipo di donna, in altre parole, le rappresentazioni mediatiche delle donne sulle riviste di moda, soprattutto negli ultimi anni, non appartengono a quella società d'élite presentata nei primi numeri di *Vogue* e di *Marie Claire*. L'evoluzione che è emersa dall'analisi delle copertine mette in luce una volontà (più o meno esplicita) da parte delle riviste di moda di rappresentare le molteplici immagini appartenenti all'universo femminile verso cui chiunque può scegliere di riconoscersi e identificarsi. Per cui, ad esempio, il ruolo di mamma raccontato da una cantante di fama mondiale, come Beyoncé, oppure, dalla modella Gisele Bündchen diventa l'emblema di un ruolo che appartiene alla realtà quotidiana con cui il lettore può scegliere se condividerlo, identificarsi, oppure no. Ciò che sembra emergere è che i personaggi che si contraddistinguono per "eccellenza" e/o per professione in un determinato ambito (artistico, politico, culturale, ecc.) sono comunque parte di una realtà che non vuole (e non deve) essere percepita come "lontana" o irraggiungibile. L'immagine mediatica della donna diventerebbe lo strumento che le riviste di moda hanno a disposizione per affrontare pubblicamente argomenti di interesse generale (partendo, anche da un vissuto personale legato a quel personaggio) che possono portare a riflettere su altri aspetti della società che, in alcuni casi, possono rafforzare o indebolire stereotipi legati al genere femminile. Questo perché la moda trae spunto dalla vita capace di cristallizzare stereotipi e luoghi comuni, ma può anche invertire lo stereotipo stesso (Calefato, 2007). La stessa modalità di re-interpretare la fisicità femminile appare trasformarsi nel corso del tempo tendendo a una rappresentazione del corpo che chiede di "sganciarsi" da modelli irraggiungibili o "ideali".

Riferimenti bibliografici

Bruno M. (2014), *Cornici di realtà. Il frame e l'analisi dell'informazione*, Guerini Scientifica, Milano.

- Calefato P. (2007), *Mass moda. Linguaggio e immaginario del corpo rivestito*, Meltemi, Roma.
- Ceriani G., Grandi R. (2003). *Moda: regole e rappresentazioni. Il cambiamento, il sistema, la comunicazione*, FrancoAngeli, Milano.
- Gamson W.A. (1992), *Talking politics*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Goffman E. (1987), *Forme del parlare*, Il Mulino, Bologna.
- Iyengar S., Kinder D.R. (1987), *News that matters: Television and American opinion*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Mascio A. (2003), *Moda e mezzi di comunicazione di massa*, in Sorcinelli P., a cura di, *Studiare la moda*, Mondadori, Milano.
- Papuzzi A. (2010), *Professione giornalista. Le tecniche, i media, le regole*, Donzelli, Roma.
- Reese S.D. (2003), *Prologue – Framing public life: a bridging model for media research*, in S.D. Reese, O.H. Gandy, A.E. Grant (eds.), *Framing public life: perspectives on media and our understanding of social world*, Lawrence Erlbaum Associates.
- Tuchman G. (1978), *Making news: a study in the construction of reality*, The Free Press, New York.

Commentato [FF110]: Inserire città

Parte quarta.
Costumi di scena

a cura di Annamaria Sapienza

Introduzione

di Annamaria Sapienza

Il rapporto tra la moda e lo spettacolo ha una storia antica, sebbene non ufficiale, che si definisce attraverso un incontro fatto di vicendevoles contaminazione all'interno del quale è possibile rintracciare numerosi esempi che, in epoche diverse, testimoniano il riflesso del gusto corrente negli ambiti espressivi legati alle arti rappresentative. Attraverso la selezione di casi emblematici, gli interventi contenuti in questa sezione espongono quanto tale relazione si manifesti in particolare nel costume di scena, intendendo con questa accezione l'abito di personaggi di fantasia così come descritti dai testi e riportati dalle fonti iconografiche, degli attori sulle scene teatrali e cinematografiche (di pari passo con l'evoluzione delle strumentazioni tecnologiche), di icone rock/pop particolarmente originali sul piano performativo, per finire con uno sguardo rivolto alla percezione del fenomeno nell'arte contemporanea. In ognuno dei casi, l'abito è manifestazione creativa complessa e diversificata, che riflette il legame con la moda nella misura in cui declina i risultati di più stratificati processi sociali.

Solitamente si tende a segnare la nascita del dialogo tra moda e arti rappresentative dalla metà dell'Ottocento, quando la figura professionale del *couturier* (ben presto sostituita in Italia con il termine *stilista*) ufficializza il flusso contagioso tra l'abbigliamento in voga e la scena, prima a teatro e successivamente al cinema. Da allora, celebri disegnatori hanno creato costumi per il palcoscenico e la moda si è nutrita di idee e di spunti che lo spettacolo ha costantemente accolto (almeno in alcuni generi) assolvendo anche ad un processo di comparazione e conoscenza tra culture e stili diversi. Tuttavia il discorso è certamente più articolato e, in ambito teatrale, si rivela trasversale dal momento che il nesso tra il mondo della moda e il costume esibito sulla scena non solo trova tracce ben più antiche, ma coinvolge ambiti e competenze professionali diversificate da indagare nel versante della contaminazione.

Innanzitutto l'influenza delle arti visive, l'evoluzione del tessuto, lo sviluppo dell'artigianato contribuiscono alla storia tanto dell'abbigliamento che del costume teatrale in un rapporto nel quale implicazioni di natura sociale sottendono a qualsiasi tipo di riflessione. Per affrontare aspetti riguardanti la moda è necessario, inoltre, considerare e utilizzare categorie appartenenti ad altre aree disciplinari quali le scienze della comunicazione e gli studi mediologici in una direzione nella quale reciprocamente confluiscono moda, comunicazione e scienze dello spettacolo. Se, infatti, il gusto corrente e le tendenze del momento traggono dal reale elementi che vengono esaminati per la loro portata iconica, la componente spettacolare è indagata innanzitutto nella sua finalità relazionale, soprattutto nella componente non verbale, espressiva, che esercita sullo spettatore un'azione percettiva e seduttiva, nonché di orientamento dell'attenzione del fruitore sulla scena.

Il cinema, nato in uno dei primi vertici espressivi del fenomeno dell'alta moda, è certamente l'arte più compromessa con il *fashion world* vero e proprio, sia sul piano estetico che su quello commerciale. Con distinzioni spesso difficili tra la figura dello stilista e quella del costumista, il mondo della celluloido ha accolto fin dagli albori le grandi firme della moda per i costumi delle *star* del grande schermo e, al contempo, è specchio dell'evoluzione dei gusti estetici, delle tendenze, e dei cambiamenti del momento. Su quest'aspetto si sofferma Pasquale Iaccio il quale, affrontando i rapporti tra divismo e moda nel cinema muto italiano dei primi decenni del Novecento, analizza i casi di celebri attrici quali Lyda Borelli e Francesca Bertini. Il divismo che caratterizza le protagoniste del grande schermo produce un modello femminile imponente, un prototipo di donna che trova la sua cifra distintiva nell'abbigliamento tratto dalla società borghese del tempo. Diversamente, lo studioso seleziona casi nei quali lo stile classico presente in tante pellicole ambientate in epoca grecoromana influenza, nell'analisi proposta nella seconda parte del saggio, il ceto aristocratico e altoborghese nel design di abiti, accessori e monili, con un effetto esteso oltre i confini nazionali.

La sezione dei contributi che riguarda l'ambito teatrale comprende tre dissertazioni di argomento e impostazione differente, che si concentrano sugli inizi dell'era moderna e sulla scena degli ultimi decenni del Novecento. Isabella Innamorati traccia le coordinate di un confronto problematico tra gli abiti alla moda e i costumi di scena tra Cinquecento e Seicento, momento nel quale la costumistica si pone come arte specializzata. Una stagione feconda, all'interno della storia del teatro europeo, nella quale si sviluppano molteplici generi teatrali, tra scena aristocratica "dilettante" e nascita del professionismo, che adottano abiti di scena in bilico tra verosimiglianza e difformità dei caratteri rispetto alla vita reale, riflesso di importanti cambiamenti di ordine storico-culturale.

Allo stesso periodo, ma ad un'area geografica specifica, si riferisce Antonella Piazza che affronta l'universo drammaturgico shakespeariano, popolato di personaggi nobili e plebei appartenenti ad un ricco campionario di soggetti tra il reale e il fantastico. In particolare, la studiosa si concentra sulla contraddizione tra l'austerità dello spazio vuoto del *tiring house* elisabetiano, piattaforma evocativa di infiniti mondi, e la ricchezza dell'abbigliamento degli attori. Questi incarnano figure regali, nobili nel rango e nei modi, in un sistema nel quale il costume diventa immagine sontuaria e oggetto di valore in una sorta di economia d'impresa da parte della classe aristocratica.

Di taglio totalmente diverso, per epoca e per angolazione, è il saggio composto dalla sottoscritta che opera la scelta preliminare di inserire il costume di scena all'interno di una serie di manifestazioni più complessivamente legate alle diverse fisionomie assunte dalla cultura visiva del XX secolo. Attraverso gli esempi di due compagnie che definiscono il fenomeno della nuova spettacolarità tra gli anni Settanta e Ottanta del Novecento (Falso Movimento e Magazzini Criminali), l'analisi prova a rintracciare le fasi di un percorso nel quale la moda assorbe le suggestioni del paesaggio metropolitano e delle tendenze ad esso legate (rock, elettronica, fantascienza), riflettendo sull'assimilazione dell'estetica dei mass media nel dibattito socio-culturale del tempo.

Il contributo di Grazia D'Arienzo si muove, invece, a cavallo di riflessioni sulla *performance* e la medialità affrontando le singolari esperienze di David Bowie e Lady Gaga che costruiscono attentamente la propria identità artistica con grande impatto sull'immaginario giovanile contemporaneo. I segni artistici riferiti all'abbigliamento, al trucco e all'*hair style*, diventano modelli imitativi e amplificano un'esibizione attentamente congegnata come artificio scenico, nel segno di una estetica che sfrutta tutti i mezzi di comunicazione a disposizione e stabilisce strategici rapporti con il *fashion system*.

Completa la sezione una ricognizione operata da Maria Giovanna Mancini sul rapporto tra moda e arte contemporanea all'interno del dibattito critico sviluppatosi negli anni Ottanta negli Stati Uniti. Prendendo in esame la rivista *Artforum*, la studiosa evidenzia l'attenzione costante rivolta dall'arte al mondo della moda come orizzonte ineludibile per ragionare sulle forme della rappresentazione del contemporaneo. Dal primo numero dedicato allo stilista Issey Miyake e con il successivo interesse rivolto alle più significative sfilate e mostre, l'interesse degli storici dell'arte contemporanea per la moda si nutre di approfondimenti teorici che travalicano la dimensione meramente estetica: sia l'arte che la moda fanno i conti con le scelte di mercato, le strategie di comunicazione e le tendenze, rispetto alle quali stabiliscono un baluardo di difesa e salvaguardia dello spazio creativo.

Commentato [FF111]: Uniformato minuscolo

Al di là di innegabili specificità, sia epocali che riferite ai linguaggi propri della rappresentazione, gli esempi affrontati ribadiscono e provano le relazioni (dirette o indirette) tra moda e arti prendendo come esempio l'abito come unità di misura. Nella strutturale separazione che sussiste tra la vita reale e la finzione rappresentativa, i termini del discorso restano in contatto tra analogie innegabili e differenze insormontabili legate a questioni di ordine sia estetico-artistico che socioeconomico. Eppure il confine è sottilissimo: il costume di scena, nella sua collocazione storico-cronologica, mostra i segni del tempo in cui viene realizzato solo dopo aver attraversato un necessario percorso di reinvenzione artistica; la moda è radicata alla nostra esistenza ma, nell'arte come nei mass media, subisce creative interpretazioni nella riproduzione dei comportamenti e delle funzioni che essa impone.

1. Divismo, moda e classi sociali nel cinema italiano d'inizio Novecento

di Pasquale Iaccio

Abstract

Until the time of the Great War, Italian silent cinema was one of the most popular and widespread in the world. It gave rise to stardom, almost exclusively female, with stars as Francesca Bertini, Lyda Borelli and others. These actresses, in their late-D'Annunzio bourgeois dramas, were women's fashions models too in Italy and the rest of the world.

Introduzione

Il cinema, fin dal suo primo apparire, manifestò uno stretto rapporto con la moda nel senso che, basandosi essenzialmente sulle immagini (in movimento) metteva in scena, in forma quanto mai accurata, storie di personaggi che si presentavano nella loro identità corporea. Questo riguardava sia il cinema narrativo o di finzione (di tutte le epoche), sia il cinema documentaristico che rifletteva la realtà del presente che veniva messa in pellicola.

Per il primo settore, quello del cinema narrativo, l'abbinamento con la moda era un dato obbligato che prevedeva, attraverso i costumi e la scenografia, la necessità di collocare il racconto nelle epoche storiche in cui la vicenda veniva ambientata (Roma antica, Medioevo, Rinascimento, Ottocento e così di seguito). Questa necessità ha portato alla nascita di veri e propri "generi" cinematografici, come ad esempio il grande contenitore di film "storici". Un genere che, tra l'altro, consentì al cinema italiano di prima della grande guerra, di conquistare successi e mercati in tutto il mondo. Una tradizione di provenienza teatrale, soprattutto dai grandi spettacoli lirici, e una generica cultura di base di carattere storico, presente nel nostro paese, favoriva il raggiungimento

Commentato [FF112]: minuscolo

di un'alta qualità nella rappresentazione della storia. Quanto più la ricostruzione e la resa dei costumi, delle fogge, dei particolari dell'ambientazione era accurata, maggiore era l'aderenza del racconto alle varie epoche e ciò contribuiva ad elevare la qualità del film che veniva realizzato.

Per quanto riguarda la produzione documentaristica (i "dal vero" dei primi venti anni della storia del cinema erano abbondantemente più diffusi delle storie ricostruite), i soggetti erano tutti riferiti al presente. Il cinema di attualità veicolò la realtà di ogni paese e di ogni contrada contribuendo a far conoscere mondi, regioni, popoli sparsi per il tutto il pianeta. Cinema come finestra aperta sul mondo. In questo caso, il prodotto cinematografico assume i caratteri di "fonte primaria" e di documento storico a tutti gli effetti in quanto ci rimanda oggi il riflesso di un'epoca lontana, così come si presentava davanti agli obiettivi degli operatori. Rispetto alla fotografia, che aveva dominato l'immagine pubblica e privata dell'Ottocento, il cinema (o come veniva in un primo tempo denominato "fotografia animata") apportava una grande novità nella riproduzione del reale e consentiva di costruire racconti attraverso le immagini. Si apprestava così a diventare la forma principale di comunicazione, e a volte d'arte, del Novecento. Non è necessario insistere su questo punto per rilevare quanto il cinema, di ieri o delle epoche successive, di finzione o documentaristico, abbia avuto uno stretto contatto con la moda nella sua accezione più ampia possibile e abbia contribuito, forse più di ogni altro settore dello spettacolo e delle comunicazioni, a veicolare i modi e le forme della rappresentazione del presente e del passato. Si pensi, per fare un solo esempio, quanto la presenza fisica, gli abiti, il comportamento "in scena" di una diva del cinema muto italiano, come Lyda Borelli, abbia influenzato la moda della sua epoca al punto di far nascere neologismi come "borelleggiare", riferito a tutte le donne che, prendendo a modello la diva del cinema, ne riproducevano lo stile e i modi esteriori nella vita normale. La Borelli e le altre attrici di questo periodo erano, in genere, di provenienza teatrale. Ma il loro passaggio al "cinematografo" (come venne definito da un certo momento in poi sostituendo i termini di "fotografia animata" e di "immagini in movimento"), consentì di arrivare ad un pubblico enormemente più vasto e interclassista di quello che si aveva nelle normali sale teatrali frequentate da un pubblico borghese. Naturalmente un ragionamento di questo genere si può estendere ad altre dive del cinema, non solo italiano e non solo di quell'epoca. Del resto, il sostantivo "diva" (un termine linguistico che già esisteva, ma che venne usato in una nuova accezione), che Francesca Bertini rivendicava come una sua personale conquista, dimostra a sufficienza l'alone quasi sacrale che circondava le grandi attrici d'inizio Novecento. Lo stile di recitazione e la presenza fisica del corpo femminile, soprattutto per il genere di ambientazione alto-borghese, richiedeva una

particolare attenzione per i costumi, il trucco e gli altri particolari che riguardavano la caratterizzazione dei personaggi. I protagonisti e, in particolare le attrici, avevano un modo di porsi davanti alla macchina da presa che consisteva, non tanto nel compiere azioni concrete, quanto nell'atteggiare il volto e il corpo in maniera espressiva, secondo le esigenze della storia. La mancanza della parola recitata, rispetto al teatro, le obbligava a riempire la scena con la propria presenza fisica. Ed in questo i costumi che le grandi dive indossavano, erano quanto mai importanti per connotare un personaggio e per trasmettere al pubblico suggestioni ed emozioni. Al punto che spesso erano proprio le dive che, attraverso l'immagine filmica dei loro personaggi, dettavano o veicolavano la moda del tempo, come abbiamo visto nel caso della Borelli. Rispetto al teatro, da cui i primi film di finzione erano spesso ricavati, il cinema consentiva una "visione", da parte del pubblico, molto più vasta e accurata di quanto non avveniva nelle sale teatrali. Il personaggio sulla pellicola, per necessità di racconto e con l'uso del montaggio, veniva ripreso e scandagliato da tutti i "punti di vista". L'accrescimento della figura intera su una tela di grandi dimensioni e l'introduzione del "primo piano" e di ogni particolare che connotava un personaggio, avvicinavano notevolmente l'attore ai suoi ammiratori. Per quanto riguarda la diffusione, oltre alla pellicola in sé, che circolava in un numero vastissimo di copie, il cinema d'inizio secolo si giovava dell'ausilio di tutto un settore editoriale che riproponeva al pubblico i personaggi e le storie che avevano visto sullo schermo: dalle riviste illustrate alle cartoline, agli infiniti modi con cui il "cinema scritto" si affiancava a quello in pellicola.

Inutile aggiungere che in questo genere di letteratura, le dive e le loro *toilette* la facevano da padrone.

1. Il cinema influenza la moda del tempo

Ma possiamo dire di più sulla funzione del cinema di influenzare la moda o le mode nella lontana stagione del cinema "muto". La grande diffusione del cinema italiano d'inizio secolo di carattere storico, riferito al settore della Roma antica (Iaccio-Menichetti, 2009), provocò, entro e fuori i confini nazionali, ed in particolare in America, un processo di emulazione che investì la stessa moda femminile dell'epoca. Erano proprio i costumi, le acconciature, i calzari, i monili e tutti gli altri particolari che i personaggi dei film mettevano in mostra (basati su un accurato studio della vita quotidiana dei romani ricavato dagli affreschi pompeiani o alle altre scoperte archeologiche), che fecero nascere un modello femminile che ricalcava volutamente la moda delle donne di duemila anni addietro. In questo, il cinema aveva una

influenza enormemente superiore a quella che aveva avuto fino ad allora la forma di spettacolo più diffusa e considerata: il teatro. Una storia stampata su pellicola, poteva essere duplicata in un numero infinito di copie e perfino superare i confini di un paese, con una semplice opera di traduzione delle didascalie. È sorprendente, per chi si è dedicato alla riscoperta e al restauro dei film delle origini, quanto diffusa risulti la produzione di ogni paese oltre i confini della cinematografia di provenienza.

Quanto il cinema fosse, in generale, veicolo di diffusione della moda femminile, è confermato ancora da un curioso episodio, venuto alla luce in anni recenti, riguardante la grande diva del cinema muto Francesca Bertini. Una nobildonna, appartenente all'alta società messicana d'inizio Novecento, volendo tenersi aggiornata sulla moda di Parigi, aveva pensato bene di farsi mandare dall'Europa, invece dei modelli della casa di moda, i film in cui le dive indossavano questi stessi modelli. Siccome le attrici italiane facevano a gara nel procurarsi i modelli delle migliori collezioni, soprattutto per un certo genere di pellicole ambientate nell'alta società, erano di fatto le più rinomate *top model* dell'epoca, tanto che vennero "usate" dalla nobildonna in questione per tenersi aggiornata in fatto di moda. Successivamente, in tempi molto vicini ai nostri, gli eredi della signora messicana, trovandosi in casa quelle antiche pellicole, hanno pensato bene di donarle alla cineteca del proprio paese. Ciò ha permesso di recuperare e restaurare, con grande gioia degli studiosi e degli appassionati di cinema, tutta una gamma di pellicole del cinema muto italiano che si ritenevano scomparse. Le vie del recupero del cinema delle epoche passate sono infinite.

La stessa proiezione di un film basato sulla presenza fisica di una diva di allora, assumeva i caratteri di un "evento" a cui prendeva parte attiva il pubblico che si recava al cinema. È questo un aspetto che si è modificato nel tempo e che, per gli spettatori di oggi, è forse più difficile comprendere. L'occasione permetteva alla buona società dell'epoca, in coincidenza con le "prime" di spettacoli di richiamo, di mettersi in mostra e di sfoggiare a sua volta le proprie *toilette*, come avveniva per gli spettacoli teatrali e lirici. In altre parole, nel cinema di *élite*, la moda era presente sia sullo schermo, sia in platea in un intricato e raffinato gioco di specchi e di rimandi. Per avere un'idea del clima modano, che si creava in quelle occasioni, prendiamo una tra le tante recensioni che si trovano sulla stampa dell'epoca. Sul *Giorno* del 10 gennaio del 1915, si dava conto della prima proiezione a Napoli de *La mia vita per la tua*, un film tratto da un romanzo di Matilde Serao e interpretato da un'altra diva italiana, Maria Carmi:

La Galleria Vittoria offriva uno spettacolo indimenticabile agli occhi attoniti del cronista. Tutto ciò che di più famoso, di più eletto, di più fine ha la bellezza nelle

Commentato [FF113]: Il Giorno?

sue schiere meravigliose, tutto lo “smart” maschile, tutto il mondo “select” dell’intellettualità, del giornalismo, dell’arte, tutto ciò che Napoli ha di più eccelso in tutti i campi dell’attività altissima del cervello, gremiva la magnifica sala.

Il tono dell’articolo è quello tipico di occasioni di questo genere e cerca di ricalcare, non sappiamo con quanto successo, uno stile dannunziano (i linguisti saranno attratti anche dal ricorso a parole straniere). Il giornalista non ha remore nell’uso di temimi alati che celebrano degnamente l’evento. E il tono, se possibile, si impenna quando entra in scena la diva: “L’arte di Maria Carmi, la bella fascinatrice schiava a sua volta di un fascino scuro che tutta la squassa e la soggioga infiamma tutta la ‘film’ singolarissima” (all’epoca l’opera cinematografica era denominata al femminile). Il pubblico, da par suo, interviene come se si trattasse di uno spettacolo teatrale o una manifestazione sportiva:

Quando la prima creatura dei Roger Ferry, sparisce, soccombe alla tela insidiosa della maliarda il pubblico prorompe in una ovazione che dura alcuni minuti. E le ovazioni diventano addirittura scroscianti incontentibili quando il secondo episodio comincia a delinearsi in tutte le sue varie fasi [...].

Sembra quasi che il cinema, in questo tipo di eventi, riesca a ricreare qualcosa della magia del teatro (drammatico o lirico) quando la presenza fisica dei protagonisti emoziona il pubblico tanto da indurlo ad applaudire “a scena aperta”. E di “commozione senza limiti” parla il recensore al punto da prevedere che gli spettatori si recheranno ancora ad assistere al medesimo spettacolo: “Chi non ha visto accorre avido di deliziarsi: chi ha visto ha già ammirato si propone di rinnovare ancora il dolcissimo gaudio, la commozione senza limiti”. Non c’è dubbio che questo genere di opere cinematografiche favorisse un determinato modello di donna e la moda che la connotava.

Tutt’altro genere era quello realistico, collocato negli ambienti delle classi subalterne, come ad esempio nel caso della trasposizione del dramma di Salvatore di Giacomo *Assunta Spina* del 1915, interpretato sempre da Francesca Bertini. Tuttavia, anche in questo tipo di film, la diva in questione trovava modo di sfoggiare le migliori *toilette*. È il caso, ad esempio, di un film, *Vedi Napule e po’ mori!*, diretto da Eugenio Perego nel 1924, in cui Leda Gys, pur impersonando una giovane ragazza figlia di un pescatore napoletano, per una parte del film va in America per diventare un’attrice famosa. In questo modo, come avveniva per le altre sue colleghe che impersonavano nobildonne dell’alta società, ha modo di indossare, ad ogni cambio di scena, un modello di alta moda. Naturalmente, cambia di nuovo registro quando, vinta dalla nostalgia, ritorna nella sua povera casa di Napoli e ridiventa Pupatella, la figlia del pescatore.

L'importanza dei costumi per una diva è dimostrata da un altro curioso episodio che vede ancora protagonista la grande Francesca Bertini. Tra le tante pellicole che si trovò a girare durante la sua intensa carriera, si trova nei cataloghi anche *Don Pietro Caruso*, trasposta da un'opera teatrale di Roberto Bracco. Questa pellicola non è mai stata messa in circolazione e la ragione, a quanto se ne sa, è perché la Bertini, che aveva un forte potere contrattuale, non si ritenne soddisfatta dalla resa dei costumi che aveva indossato in quel film. Non abbiamo la certezza che il motivo sia proprio questo, ma il fatto stesso che la voce sia circolata all'epoca, dimostra quanto fosse importante per le dive del cinema d'inizio secolo il modo di vestire e di presentarsi al pubblico.

2. Il fascino delle divise

Fino ad ora si è parlato soprattutto di moda femminile. Ma il cinema d'inizio Novecento permette un'analisi non molto diversa per quanto riguarda la moda maschile. In Italia però, a differenza di altri paesi, come ad esempio gli USA, in cui divi al maschile, come l'italo-americano Rodolfo Valentino, raggiunsero picchi di popolarità vicini al parossismo, il divismo cinematografico fu un fenomeno virato al femminile. Per quanto riguarda la moda maschile, si possono fare considerazioni che investono il clima storico dell'epoca e che non sono limitate ai confini nazionali. Per quanto riguarda il modo di presentarsi degli uomini, sia nei film di finzione, ma ancora di più nei "dal vero" e nelle "attualità" cinematografiche, la divisa militare assunse una diffusione certamente molto vasta. Contribuiva il particolare che la ripresa in pellicola di corpi dell'esercito fosse frequente per trasmettere al pubblico di ogni paese una rappresentazione visiva della propria potenza rispetto alle altre nazioni. L'uomo in divisa e le sfilate di reparti militari (in America anche di corpi di polizia) erano uno spettacolo immancabile della produzione cinematografica di ogni paese. Tutto ciò aveva un suo riscontro anche nel cinema di finzione, soprattutto in storie in cui i protagonisti attraversavano un periodo di guerra. Era questo il riflesso del clima che si viveva in Europa già prima della grande guerra, quando la proiezione al cinema di ogni manifestazione di carattere militare, le riviste di soldati che mostravano la sfilata dei corpi scelti, lo sfoggio di divise gallonate e quant'altro (e cioè gli armamenti: si pensi solo alle riprese di navi da battaglia irte di cannoni), suscitava un entusiasmo popolare simile a quello che accompagnava la visione delle dive sullo schermo. Di solito queste proiezioni venivano accompagnate da canti e inni patriottici eseguiti dall'orchestra presente in sala. Naturalmente tutto ciò si accentuò nel momento in cui la guerra vera investì l'Europa e il

resto del mondo. Questo aspetto non declinò dopo la fine del conflitto e, per alcuni paesi, come l'Italia e successivamente la Germania, che saranno preda di regimi dittatoriali, la divisa divenne una sorta di obbligo per gli uomini (e anche le donne) in ogni manifestazione pubblica di carattere politico.

Nell'accezione più ampia il cinema ci rivela, attraverso quelli che saranno i cinegiornali (che prenderanno il posto dei "dal vero" e delle "attualità"), una società che, attraverso gli abiti e le mode, rivela lo status dei membri che la compongono. L'identificazione con la classe sociale è immediata: la borghesia si distingue dai ceti subalterni e soprattutto da quelli popolari. Per quanto riguarda gli operai, molto ripresi nei documentari riferiti all'industria (molto ripresi non perché siano un soggetto privilegiato, ma solo perché sono considerati una sorta di appendice delle macchine), ciò che oggi più colpisce lo spettatore moderno è la loro esposizione ai rischi del lavoro pesante, senza la minima attenzione ad abbigliamento o a strumenti necessari alla loro protezione. Si vedono minatori, operai di industrie meccaniche e degli alti forni che sono vestiti solo degli abiti dismessi, senza guanti, caschi, maschere, stivali, tute o qualsiasi altro accessorio che li possa preservare dai danni della pratica costante del loro impiego. Si vedono lavoratori a pochi centimetri da fornaci ardenti o respirare nubi di asfaldi o di vasche di concerie o altre sostanze tossiche in cui sono letteralmente immersi. E questo vale non solo per gli uomini, ma anche per le donne, ampiamente impiegate dell'industria tessile, alle prese con telai e macchine, e perfino per i minori presenti in lavori umili e rischiosi in un numero considerevole. I documentari industriali, molto in voga in anni di continuo sviluppo delle macchine, utilizzati, come per i documentari sull'esercito, per magnificare la potenza industriale di ogni paese, sono, per l'osservatore e lo studioso moderno, una miniera di informazioni di carattere storico e antropologico, ricavabili dalla ripresa cinematografica della condizione di lavoro e di vita delle masse operaie.

3. Cinema e colonialismo

A questo punto, si può introdurre brevemente un aspetto che, se non è strettamente riferito alla moda, è comunque indicativo del modo con cui il cinema riprende il modo di presentarsi degli abitanti di paesi diversi. All'inizio del Novecento, le nazioni europee erano certamente il centro del mondo dal punto di vista economico e culturale. Avevano colonie sparse in tutto il pianeta e spesso intraprendevano guerre di conquista in altri continenti. Il cinema non manca di riprendere queste realtà nel suo divenire e molti dei documentari di quell'epoca sono riferiti a terre lontane, a mondi appena conquistati o che ci si accinge a conquistare. In nessun documento di quell'epoca, come in quello

cinematografico, si sottolinea la differenza (visiva) tra dominatori e dominati, tra la civiltà e la barbarie, tra noi e loro. L' europeo ama presentarsi e rappresentarsi come membro di una società elevata e, anche in terre lontane e inospitali, marca la sua presenza con un modo di vestire che lo distingue dalla gente del posto. Spesso indossa la divisa degli eserciti di conquista coloniale. Ma anche come semplice turista, non può confondersi con le popolazioni locali. I popoli colonizzati, invece, sono ripresi come quanto di più distante ci sia dalla rappresentazione dell' occidentale. Sono infiniti i "dal vero" che filmano tribù africane, sud-americane, asiatiche in una accezione folclorica e stereotipata. Si indulge su particolari che rimarcano la loro nudità, specie delle donne. E con essa i loro costumi più eccentrici (eccentrici all'occhio dell'occidentale). A studiare bene questa documentazione, si è constatato che gli operatori dell'epoca, più che andare in cerca della cifra reale e antropologica delle popolazioni che riprendono, sono attratti dal modello che di quelle popolazioni hanno in mente (Iaccio, 2008, 70-79). Prevalde lo stereotipo più scontato, il particolare più curioso con forti venature di vero e proprio razzismo. Si trovano documentari che, nel riprendere le normali occupazioni di una qualsiasi tribù dell' Africa, riportano nelle didascalie la loro caratteristica di essere dei "cannibali". Non sappiamo quanto sia veridica da definizione che danno di cannibali, in questo come in altri documentari, ma è certo che, agli occhi degli spettatori europei, quella definizione, ripetuta in tutte o quasi le didascalie che accompagnavano

semplici momenti di vita quotidiana, bastava per suscitare un interesse particolare. Per un solo esempio, si veda il documentario *Among the Cannibal Isles of the South Pacific* (Usa, 1918) di Martin E. Johnson e Osa Johnson presentato nel corso della manifestazione *Il cinema ritrovato* di Bologna 2018. (Rimando agli altri documentari della rassegna degli anni precedenti, per la documentazione riferita a questo genere di opere. Come pure a tutte le edizioni de *Le giornate del cinema muto* di Pordenone. A queste fonti mi sono rifatto anche per gli altri riferimenti contenuti nel presente saggio).

Per finire, sarà il caso di citare un altro accostamento che veniva fatto di solito quando veniva messa a confronto la "civiltà" dei paesi europei con la "barbarie" delle popolazioni africane. Il costume corrente era quello di associare, quanto più era possibile, alcune di queste tribù ad un corrispettivo animalesco. Lo dimostra a sufficienza l'abitudine di presentare popolazioni "esotiche" in appositi padiglioni allestiti nell'ambito delle esposizioni universali che si tenevano nelle capitali europee, in cui "l'esposizione" di alcune tribù, in abiti tradizionali ed in un ambiente appositamente ricostruito, non era diversa dalla esposizione che si aveva degli animali allo zoo.

Esotismo, diversità e una buona dose di voyeurismo erano il riflesso di una mentalità colonialista e razzista.

Riferimenti bibliografici

- Iaccio P. (2008), *Cinema e storia. Percorsi e immagini*, Liguori, Napoli (1998¹).
- Iaccio P., Menichetti M. (2009), *L'antico al cinema*, Liguori, Napoli.
- AA.VV. (2018), *Il cinema ritrovato*, catalogo, Fondazione Cineteca Bologna.
- AA.VV. (2018), *Le giornate del cinema muto*, catalogo on line (www.giornatedelcinemamuto.it), Pordenone.

2. Assimilazione e distacco tra moda e costume teatrale nel teatro del Rinascimento e dell'età barocca

di Isabella Innamorati

Abstract

The contribution analyzes the attraction and opposition relationship between fashion and stage dress during the sixteenth and seventeenth centuries, in order to identify the perfecting of theatrical costume design as a conscious artistic language. The reflection focuses mainly on the dialectic between verisimilitude and otherness of the costume compared to the epoche fashion taking as examples some famous mise-en-scene in the spectacular genres of *intermezzi*, ballet, comedy, classical tragedy and commedia dell'arte.

1. Cenni di inquadramento

Accennando ai principali aspetti evidenziati dagli studi più recenti sul costume teatrale (Guardenti, 2000, 1067-1100; Bignami, 2005; Bignami-Ossicini, 2010) il presente contributo intende soffermarsi sulla relazione tra moda e abito di scena in età rinascimentale e barocca per porre in luce fino a che punto quest'ultimo avesse già elaborato un autonomo codice espressivo distaccandosi dall'imitazione dell'abbigliamento in uso.

Le opzioni diversificate della sperimentazione del costume teatrale tra Cinquecento e Seicento si affermarono in una fase in cui non era ancora documentata la figura professionale del costumista, destinata ad affermarsi non prima del XVIII secolo. Nei secoli precedenti il Settecento, infatti, il guardaroba degli attori dipendeva da una molteplicità di condizioni e fattori variabili a seconda dei contesti di produzione e destinazione dello spettacolo. Più precisamente, nel caso dei comici dell'arte, l'invenzione e la spesa per

la confezione dell'abito di scena era, di norma, di pertinenza dell'attore, autore-ideatore del proprio costume realizzato *ex-novo* oppure riadattato mediante materiali e accessori di proprietà della compagnia o dell'impresa. Nell'ambito del teatro professionistico, la diretta responsabilità dell'attore e la continuità dell'esercizio artistico favorirono la stabilizzazione tipologica del costume destinato a fissarsi in immagine convenzionale come fattore identificativo del personaggio e riutilizzabile più e più volte. Nella prassi dello spettacolo di corte o d'accademia, invece, dove lo spettacolo era parte integrante di un evento d'eccezione, frutto di un progetto culturale d'avanguardia legato alle cifre encomiastiche dei festeggiamenti della dinastia signorile, il costume viveva lo splendore momentaneo dell'occasione per cui era stato creato; era disegnato da pittori, architetti, intenditori aristocratici in armonia con gli sfondi scenografici e con gli apparati della sala. Tra le varie maestranze coinvolte nella preparazione dell'evento, i sarti, sotto la supervisione degli artisti e intellettuali incaricati dalla corte, cucivano elaborati abiti di scena, realizzati con stoffe rare, pietre preziose, pelli pregiate allo scopo di suscitare apprezzamento da parte dell'elegante e competente pubblico invitato dalla corte.

Tra l'inizio del Cinquecento e il primo Seicento, il costume teatrale venne determinandosi in sintonia con il gusto del pubblico, con il principio del "decoro", con le norme suntuarie sperimentando una ricca fenomenologia di modelli anche in ragione del progressivo affermarsi di nuovi generi spettacolari che talora sostituirono talaltra si aggiunsero a quelli della tradizione: dalla commedia classica in latino alla commedia "regolata" di imitazione in lingua volgare, alla tragedia e alla commedia all'Improvvisto; dalla farsa allegorica all'intermedio; dall'egloga al dramma pastorale; dall'ingresso trionfale al banchetto, all'opera-torneo, al melodramma (si vedano in proposito per il periodo medioevale: Muzzarelli, 2003; per quello rinascimentale: Gorretti, 1999; per una visione complessiva: Calanca, 2002).

2. L'influenza della moda contemporanea negli spettacoli di corte e d'accademia

Nella complessità del quadro storico-culturale accennato, un primo dato da rilevare è l'anacronismo attualizzante dei costumi teatrali delle rappresentazioni accademiche e di corte delle commedie classiche recitate in latino o tradotte in versi in volgare tra la fine del XV secolo e i primi del XVI a Ferrara, a Firenze e a Roma (sulle recite romane si veda: Cruciani, 1983; su Ferrara e Firenze: Zorzi, 1975). Sulla scia dell'immaginario tardogotico, la convenzione prevalente era ancora quella di abbigliare i personaggi con abiti

Commentato [FF114]: Inserire in bibliografia

più vicini alla moda contemporanea che non ai modelli ricavabili dalla statuaria e dalle opere figurative classiche. Tal genere di anacronismo ricorre, ad esempio, nelle xilografie delle prime edizioni a stampa delle commedie terenziane, come, per fare un esempio, in quelle del volume pubblicato a Lione nel 1493 da Jacob Trechsel in cui sono raffigurati personaggi con indosso abiti di foggia tardoquattrocentesca (fig. 1) invece di toghe o pepi riservati semmai al genere della tragedia che ebbe comunque più rara incidenza di rappresentazione (si veda in proposito: Liscia Bemporad, 1988).

Anche i cronisti dei più rilevanti festeggiamenti cittadini si soffermarono con cura nella descrizione dei costumi sfoggiati quale segno della dignità del testo rappresentato e della colta committenza. Si considerino, ad esempio, le celebri manifestazioni romane del 1513, volute da Leone X per onorare Giuliano e Lorenzo de' Medici, in occasione delle quali fu appositamente costruito un teatro ligneo provvisorio da Cosimo Rosselli sul Campidoglio nel quale i giovani dell'Accademia Romana, diretti da Tommaso Inghirami, corago e anche ideatore dei costumi, recitarono il *Poenulus* plautino. Nella sua *Narratione*, Paolo Palliolo, cronista dell'evento d'eccezione, si soffermò in dettaglio sui costumi di tutti i personaggi, e in particolare sulla magnificenza degli abiti delle due schiave di Lico, Adelphasio e Anterastile. Egli rimarcò che esse comparvero in scena: "non in abiti di meretricule, ma con tanta pompa e gravitate che con la loro apparenti aduegran Reine rappresentavano" (Palliolo in Cruciani, 1968). Le vesti femminili erano caratterizzate, tra l'altro, da maniche particolarmente ampie, assecondando il lusso della moda più elegante. La restituzione dell'abito antico è appena un accenno ed è subordinata all'esigenza di sontuosità e splendore dell'immagine scenica complessiva uniformata ai dettami del *kunstwollen* signorile, cifra di autoriconoscimento elitario e fattore di efficace comunicazione tra scena e pubblico. La descrizione del Palliolo informa anche sui tessuti e i decori dei costumi, come ad esempio su quello del personaggio del Prologo caratterizzato da un mantello di "panno de oro", da calzature di cuoio azzurro allacciate con stringhe di seta e decorate con perle; o ancora sull'abito del personaggio di Lico, in tessuto di damasco e seta, corredato da una catena d'oro e da una spada con l'elsa decorata e pietre preziose. Anche in questo spettacolo del 1513, come già nelle xilografie terenziane, la preoccupazione dell'eccellenza spingeva nella direzione di una sontuosa restituzione attualizzante stabilendo una sorta di equivalenza tra l'autorevolezza del testo drammatico classico e lo sfarzo dell'apparato e dei costumi: l'abito scenico aveva il compito specifico di stupire gli spettatori con la ricchezza dei suoi dettagli. La bellezza dell'abito di scena privilegiava, dunque, l'effetto dello spettacolo nel suo insieme piuttosto che la denotazione di ogni personaggio. In realtà, a questa altezza cronologica, la nozione di costume storico come oggi la intendiamo

Commentato [FF115]: ?

è assente e più in generale, come è stato rilevato, il criterio prevalente era quello della sontuosità piuttosto che quello della pertinenza storica (Garbero Zorzi, 1988).

Tale logica pare stemperarsi man mano che l'investigazione sul teatro degli antichi si approfondisce sviluppando un'attenzione maggiore sulle possibilità espressive del costume in relazione al personaggio. Si veda, al riguardo, la grandiosa messinscena dell'*Edipo tiranno* (secondo il titolo della traduzione di Orsatto Giustiniani) del 1585 a cura di Angelo Ingegneri, poi autore di uno dei più importanti trattati rinascimentali sull'arte scenica (Ingegneri, 1598, 1989). Lo spettacolo inaugurava il Teatro Olimpico di Vicenza, coronamento della tensione umanistica verso la restituzione del teatro degli antichi, progettato da Andrea Palladio e, dopo la sua morte, portato a termine da Vincenzo Scamozzi nel 1585. L'aspirazione culturale degli accademici committenti di far rivivere il teatro classico influenzò anche l'ideazione dei costumi della rappresentazione inaugurale, come del resto tutti gli altri aspetti della messinscena. Sebbene i richiami al decoro e alla moda contemporanea non fossero del tutto assenti, emerge il tentativo di assegnare alle vesti un alone di antichità greca conferendo ad ognuna di esse il tratto identificativo adeguato al personaggio che la indossava. Fortunatamente disponiamo di attendibili testimonianze iconografiche raffiguranti la rappresentazione del 1585 nonché di una serie di schizzi preparatori e di disegni esecutivi dei costumi. Si prenda in esame, ad esempio, l'affresco monocromo dipinto nel 1596 da Alessandro Maganza nel vestibolo dell'Olimpico (fig. 2): in esso si scorgono, sul palcoscenico dell'Olimpico, vari personaggi della corte di Edipo e in primo piano il re stesso, con scettro e corona, abbigliato con una veste drappeggiata lunga fino ai piedi, ricoperta da un manto altrettanto lungo. Dal *Progetto di Angelo Ingegneri per lo spettacolo inaugurale* (edizione moderna Gallo, 1973) si evince che la testa del monarca doveva essere adorna di un "berrettino di veluto cremisino attorno a cui s'avvolge una o due volte una bella fascia o sia velo ricchissimo, fuori del qual velo si veggano spuntar le cime d'una corona d'oro, il che averà di grave e del vago assai e darà benissimo al teatro a conoscere per re quel tale che l'arà in capo"; Edipo brandiva uno scettro, parimenti dorato, indossava una "sotana alla greca di ricchezza e ampiezza conveniente, ma di color leonato e un manto over pallio di sopra [...] di broccato e di porpora guernita d'oro con coda [...] lunghissima" e "gli zoccoli", una sorta di alti coturni, dorati anch'essi. L'accuratezza e la sontuosità dei costumi sono attestate anche dagli schizzi preparatori di Giambattista Maganza (1584-1585) in cui sono disegnati gli abiti dei gentiluomini della corte di Edipo, della regina Giocasta, del cieco indovino Tiresia con il fanciullo che lo accompagnava (figg. 3, 4). Ciò che è opportuno sottolineare è che i costumi furono concepiti con

fogge e accessori che caratterizzassero adeguatamente ogni singolo personaggio creando una piacevole varietà. Nel complesso l'allestimento comportò la confezione di circa ottanta costumi e fra questi spiccavano gli arcieri della scorta di Edipo "vestiti al costume dei solachi del gran Turco" in divise verdi e nere che aggiungevano un tocco di esotismo al quadro d'insieme. L'abito di Giocasta, stando al citato *Progetto* dell'Ingegneri, era costituito da una ricca sottana e da una "sopraveste di color morello con coda lunghissima e colle maniche lunghe e aperte e foderate d'oro, con alcuna ricca bottonatura". Il lungo strascico era sostenuto da un paggetto adeguatamente abbigliato.

Nel complesso le raccolte degli schizzi e dei disegni esecutivi per lo spettacolo del 1585 sembrano attuare con coerenza le direttive del *Progetto* del corago ingegneri secondo le quali una moderata attualizzazione si coniugava con la tensione per il restauro filologico dell'antico. Si trattava di una *medietas* innovativa, ispirata alla verosimiglianza storico-geografica precorritrice delle prevalenti scelte costumistiche manifestatesi, successivamente, nel corso del XVIII secolo (Mazzoni, 1998, 150).

3. Svincolarsi dal riferimento alla moda contemporanea: i costumi degli *Intermezzi*

Sinora, come si è potuto constatare, la confezione dell'abito di scena, benché versato alle esigenze della rappresentazione dell'antico, non riesce ancora a fare a meno del riferimento alla moda contemporanea. Per riscontrare un maggior distacco, in direzione di una più libera invenzione conviene rivolgersi al genere spettacolare degli *Intermezzi* dell'età manieristica, come quelli, celeberrimi, del 1589 realizzati per celebrare le nozze di Ferdinando de' Medici con Cristina di Lorena al Teatro Mediceo di Firenze, ideati dall'architetto e scenografo Bernardo Buontalenti, coadiuvato per la drammaturgia e l'invenzione costumistica da Giovanni de' Bardi, il fondatore della Camerata, ed Emilio de' Cavalieri. I sei episodi degli *Intermezzi* che introducevano, intervallavano e chiudevano i cinque atti della commedia *La Pellegrina*, erano idealmente collegati tra loro da un unico tema allegorico-mitologico, ossia la dimostrazione del potere della musica nella conservazione dell'armonia universale; metafora encomiastica, a sua volta, dell'armonia politica sancita dalle nozze medicee-lorenesi. L'importanza dell'evento dinastico mobilitò artisti e intellettuali i quali progettaron e disegnarono abiti per i protagonisti dell'universo mitologico dei sei intermezzi, sganciandosi dalle prescrizioni del *decorum* e delle fogge dell'abbigliamento quotidiano. L'invenzione immaginosa e raffinata delle vesti di scena costituì la voce

Commentato [FF116]: Uniformerei minuscolo e tondo: ok?

più onerosa del bilancio dell'allestimento, condotto "con poca diligenza di risparmio" comportando la confezione di ben 286 costumi eseguita sotto la direzione dei due sarti della corte medicea coadiuvati dai rispettivi staff per un complesso di 50 lavoranti. Nel primo intermezzo, raffigurante la discesa sulla terra dell'Armonia, secondo le suggestioni della filosofia platonica, la celebre cantante Vittoria Archilei, interprete dell'Armonia Doria, indossava un ricco abito di velluto verde scuro "e per più farla piena di maestà, l'adornò con un bel fornimento d'oro massiccio"; il solo tessuto, acquistato a Roma da Emilio de' Cavalieri, era costato 94 scudi (Testaverde Matteini, 1991, 109). Nello stesso Intermezzo comparivano anche *Necessitas* con le tre Parche e le Sirene celesti, responsabili del movimento dei pianeti. Queste ultime furono oggetto di particolare attenzione da parte di Giovanni de' Bardi, specie nei preziosi accessori simboleggianti ciascuno il pianeta protetto da ogni Sirena. Nel secondo Intermezzo, incentrato sulla contesa fra le Pieridi e le Muse e derivato dalle *Metamorfosi* di Ovidio, le Pieridi, sconfitte dalle Muse, vengono mutate in uccelli dal canto sgraziato. Risultarono sorprendenti proprio i costumi delle Pieridi poiché consentirono la subitanea metamorfosi delle donne in gazze: "La trasformazione a vista doveva avvenire rovesciando, almeno in parte, i costumi delle Pieridi (un mantello e le maniche ad esempio), dipinti sia all'interno che all'esterno con motivi di piume e trasformabili quindi, con rapidi gesti, gli uni negli altri" (Testaverde, 1991, 116). La suggestione delle narrazioni mitiche, il fascino delle ambientazioni ultraterrene, infernali o di natura pastorale e primigenia, sospinse l'invenzione dei costumi verso modelli che superassero ogni aspettativa e convenzione. Si pensi ai figurini degli abitanti di Delfi, nel terzo Intermezzo, le cui vesti, pur arieggiando un'ideale antichità greca, sorprendono per la fantasia e l'eleganza (fig. 5); oppure, volgendo l'attenzione ai costumi del quinto Intermezzo, dedicato al mito del poeta Arione salvato dalle acque da un delfino, si veda la ricerca trasgressiva nell'effetto del costume di Anfritrite: "vestita d'un abito sì stretto, e sì attillato, e tanto simile al color della carne, che più ignudo non avrebbe mostrato lo ignudo proprio". La dea marina, moglie di Nettuno, compariva dalle acque seduta in una grande nicchia color madreperla e mentre cantava un madrigale, tritoni e ninfe giocavano tra le onde del mare (fig. 6).

Nel genere degli *Intermezzi* il costume poteva tracciare un autonomo percorso creativo fissando nuove regole per la definizione del personaggio e assegnando all'abito un compito più specifico rispetto a quello di contribuire allo splendore e alla meraviglia dello spettacolo, in cerca di un'inedita autonomia espressiva del proprio codice.

Commentato [FF117]: minuscolo

4. L'invenzione costumistica degli attori dell'arte

Ma fu soprattutto con il professionismo attorico dell'improvvisa che l'abito di scena instaurò un'inscindibile connessione con il personaggio al fine di fissarne stabilmente una riconoscibile fisionomia. L'attore dell'Improvvisa creava o assumeva una parte che poi avrebbe interpretato per la maggior parte della sua carriera, al punto che il nome del personaggio si sostituiva a quello anagrafico anche sui documenti ufficiali. Nelle più svariate commedie il personaggio ricompariva sempre uguale a se stesso e così come il plurilinguismo concorrevà alla caratterizzazione manifestando la terra d'origine e il grado di evoluzione culturale del tipo fisso, l'abito, con la immediatezza della comunicazione visiva, ne evidenziava il censo, il sesso e l'età. Per molto tempo l'ipotesi più accreditata circa le dinamiche originarie dei costumi della Commedia dell'Arte aveva individuato l'alveo di derivazione delle componenti simboliche delle maschere più antiche (quali quelle dello Zanni e del Magnifico) nelle differenti tradizioni folkloriche e carnevalesche regionali. Le più recenti acquisizioni battono invece l'accento sull'impulso mitopoietico del girovagare delle compagnie professionistiche, sul viaggio foriero d'invenzioni drammaturgiche tratte dall'osservazione diretta dei comportamenti reali e delle tipologie sociali: così sarebbero comparsi i primi Zanni nella duplice versione del rozzo servigiano proveniente dal contado o quello del famiglio civilizzato, esperto regista delle trame amorose. Gli Zanni primitivi indossavano tutti pantaloni larghi e casacca in tela grezza chiara, stretta in vita con una fascia o una semplice fune e un cappello; una sorta di divisa da lavoro del mondo rurale (fig. 7). Contrastava instancabilmente con gli Zanni, il Magnifico, il prototipo del cittadino anziano, avaro e danaroso, un esponente della classe dei mercanti, ridicolo vagheggino di donne troppo giovani per lui, caratterizzato dalla parlata veneziana, spesso denominato Pantalone de' Bisognosi. Il suo abito era costituito da un vestito rosso attillato, corpetto e calzamaglia, corredato da un lungo mantello nero e berretto; portava la barba lunga e aguzza. L'altro personaggio di rango delle compagnie dell'arte era il dottore, anch'egli di età matura, un esperto in materia di legge, dotto, logorroico, parodia arguta della classe intellettuale con l'*imprimatur* buffonesco del dialetto bolognese. Indossava una zimarra nera sopra un abito dello stesso colore e un cappello arricciato ai due lati.

Tutti costoro, come anche il Pantalone e il dottor Graziano, indossavano la mezza maschera. Viceversa le coppie dei giovani innamorati recitavano a volto scoperto ed esprimevano i propri stati d'animo d'amore, di sospetto, di gelosia in elegante lingua toscana modellata sul petrarchismo d'accademia. I loro abiti – specie nelle testimonianze iconografiche più antiche, come nel quadro dipinto da un pittore fiammingo, conservato a Bayeux, intitolato

Commentato [FF118]: minuscolo

Commedia dell'Arte à la cour de Charles IX (fig. 8) – dimostravano una stretta relazione con la moda corrente con vistosi richiami alle fogge più in voga. In origine l'abito di scena della Commedia dell'Arte sembra ricercare intenzionalmente il richiamo ai modelli della realtà, per meglio notificare la caratterizzazione di ogni personaggio. Si noti, in particolare, la corrispondenza degli abbigliamenti delle due coppie di Innamorati in basso al centro e a sinistra del quadro (fig. 8) con quelli degli ospiti-committenti collocati nella zona destra in alto nel quadro. Pure, fin dall'inizio, quei tratti attinti dal reale abbigliamento dei giovani eleganti dell'epoca, erano già riproposti in scena in forma straniante ai fini della migliore resa performativa; col passare del tempo l'uso professionistico fissò forme e stilemi che marcarono progressivamente una distanza sempre più accentuata tra il costume di un personaggio e l'abito corrispondente della realtà.

Si veda ad esempio l'evoluzione del costume di Arlecchino dalla fine degli anni Settanta del XVI secolo, quale appare nel citato quadro di Bayeux, e poi all'inizio del XVII secolo, nelle stampe che illustrano le *Compositions de rhétorique* di Tristano Martinelli (il primo famoso Arlecchino della storia del teatro moderno) sino alle immagini tardo

seicentesche di Evaristo Gherardi, quando il costume di Arlecchino mostra l'esito di un processo di stilizzazione in sintonia con il gusto raffinato delle nuove generazioni di spettatori.

Di tale distacco dalla realtà si lamentava Pier Maria Cecchini (un attore di primo piano nel teatro delle due ultime decadi del Cinquecento e le prime tre del Seicento, uno Zanni rispondente al nome di Frittellino) in uno dei suoi trattati sul teatro, intitolato *Frutti delle moderne commedie ed avvisi a chi le recita* (1628).

[...] Ma oggi veggio da tanti esser adulterato quest'ordine, che il voler ridurre questo personaggio sotto ad un proporzionato verisimile bisognarebbe farli comoda provvisione di una proporzionata capacità che gli servisse per comodamente intendermi. L'abito adunque vorrebbe'esser moderato, il quale si è molto allontanato ed a gran passi discostatosi dal convenevole, posciaché in vece de' tacconi o rattoppamenti (cose proprie del pover'uomo), portano quasi un recamo di concertate pezzette, che li rappresentano morosi lascivi, e non servi ignoranti. Si che lo sconcerto dell'abito par che indizii quello dell'ingegno (ed. moderna Marotti-Romei, 1991, 85).

Eppure proprio nell'evoluzione di questo distacco dal "proporzionato verisimile" rimpianto dal Cecchini, si può cogliere l'aspirazione degli attori professionisti a fare del costume uno specifico segno teatrale, affrancandolo dalla mera imitazione dei modelli della realtà in quanto autonomo linguaggio della scena.

Riferimenti bibliografici

- Bignami P. (2005), *Storia del costume teatrale: oggetti per esibirsi nello spettacolo e in società*, Carocci, Roma.
- Bignami P., Ossicini C. (2010), *Il quadrimensionale instabile*, Utet, Novara.
- Calanca D. (2002), *Storia sociale della moda*, Mondadori Campus, Milano.
- Cecchini P.M. (1628), *Frutti delle moderne commedie, et avvisi a chi le recita*, Guareschi, Padova; ed. moderna in Marotti F., Romei G. (1991), *La Commedia dell'Arte e la società barocca. La professione del teatro*, Bulzoni, Roma.
- Ferrone S. (2014), *La commedia dell'arte. Attrici e attori italiani in Europa (XVI-XVIII secolo)*, Einaudi, Torino.
- Goretti P. (1999), *Il teatro dell'antico guardaroba femminile del Cinquecento*, in Bignami P., a cura di, *Mascheramenti – tecniche e saperi nello spettacolo d'occidente e d'oriente*, Bulzoni, Roma, 1999.
- Guardenti R. (2000), *Il costume in scena*, in *Storia del teatro moderno e contemporaneo*, vol. II (*La nascita del teatro moderno. Cinquecento-Seicento*), Einaudi, Torino.
- Ingegneri A. (1989), *Della poesia rappresentativa e del modo di rappresentare le favole sceniche*, a cura di Doglio M.L., Modena, ISR-Ferrara/Edizioni Panini.
- Ingegneri A., *Progetto di Angelo Ingegneri per lo spettacolo inaugurale*, s.d. [post sei maggio 1584] in *Tragoedia vicentina intitolata l'Edipo di Sofocle*, ms. secolo XVI, Biblioteca Ambrosiana di Milano, codice R 123 sup., 283r-298r; ed. moderna in Gallo A., *La prima rappresentazione al teatro Olimpico, con i progetti e le relazioni dei contemporanei*, prefazione di L. Puppi, Milano, Il Polifilo, 1973, documento I, 3-25.
- Liscia Bemporad D., a cura di (1988), *Il costume nell'età del Rinascimento*, Edifir, Firenze.
- Mazzoni S. (1998), *L' Olimpico di Vicenza, un teatro e la sua "perpetua memoria"*, Firenze, Le Lettere.
- Muzzarelli M.G., a cura di (2003), *Belle vesti, dure leggi*, bozzetti di L. Costa, Bologna.
- Palliolo Paulo [de] *Fanese* *narratione delli spettacoli celebrati in Campidoglio da Romani nel ricevere Lo Magnifico Giuliano et Laurentio di Medici per suoi patri*; ed. moderna di Cruciani F., *Il teatro del Campidoglio e le feste romane del 1513*, Il Polifilo, Milano, 1968.
- Testaverde A.M. (1991), *L'Officina delle nuvole. Il Teatro Mediceo nel 1589 e gli "intermedi" del Buontalenti nel "Memoriale" di Girolamo Seriacopi*, "Musica e Teatro. Quaderni degli amici della Scala", VII, 11/12, 108.
- Testaverde A.M. (1988), *Gli abiti per le feste fiorentine del 1589*, in Liscia Bemporad D., a cura di, *Il costume nell'età del Rinascimento*, Edifir, Firenze.
- Zorzi L. (1975), *Il teatro e la città. Saggi sulla scena italiana*, Torino, Einaudi.

Commentato [FF119]: è anche autore? Inserire anno e titolo completo

3. *Il re in scena: il costume elisabettiano tra politica e rappresentazione*

di Antonella Piazza

Abstract

Shakespeare's is a theatre of kings. The crown, in fact, is the unifying prop which is put on and off by a large number of "heads". The crown is at the centre of both the sumptuous masques and of the so-called bare stage of the public playhouses. The naked bareness of the public scene, nevertheless, is contradicted only by the clothes the characters of kings and courtesans wear. The paper will focus on the meaning and implications of this exception to the sumptuary laws which ruled the attire of that time.

Il famosissimo coro che apre *Henry V* incita lo spettatore a uno sforzo di immaginazione: a vedere scontrarsi furiosamente fino all'ultimo sangue le numerose schiere degli eserciti a cavallo francese e inglese sul campo di Agincourt che altro non è (dice il coro in tono apologetico) che una O di legno, un wooden O, un bare stage, una scena nuda. È stato il verso potente di Shakespeare a contribuire al mito della *emptiness*, della povertà dello spazio scenico elisabettiano: vuoto, privo di spettacolarità, affidato, come era, alla seduzione dell'ascolto della parola piuttosto che alla seduzione visiva. Ma non è esattamente così se si considera che al centro della scena elisabettiana "troneggia" immancabilmente l'elemento più scenografico del tempo: la corona. Quello di Shakespeare, come si sa, è teatro e tempo dei Re, dunque l'abito/costume che indossa l'attore/Re finisce con l'essere l'elemento scenico che pre-potentemente da nome forma e sostanza ("a local habitation and a name") a quel teatro. In Inghilterra l'istituzione dello stato nazione e dell'assolutismo, da un lato, e del teatro nazionale, dall'altro, è stato un processo biunivoco in cui l'abito del re ha giocato un ruolo fondamentale. Se il re ha prestato la sua "magnificenza" al teatro, il teatro di Shakespeare e il teatro pubblico la ha rifondata problematizzandola/indagandola.

Stephen Greenblatt sostiene che il potere di Elisabetta e Giacomo dipendono dalla loro visibilità privilegiata e afferma che la sovranità è un fenomeno irriducibilmente teatrale. Sia Elisabetta che Giacomo ne erano acutamente consapevoli: Elisabetta I affermava: “We princes, I tell you, are set on stages, in sight and view of all the world” [Noi principi siamo sul palcoscenico, esposti al cospetto di tutto il mondo]. E anche Giacomo I Stuart sottolineava: “A King is as one set on a stage, whose smallest actions and gestures, all people gazingly doe behold” [Il re è come uno sulla scena sulle cui più piccole azioni e gesti è puntato lo sguardo fisso di tutti]. L’opposto del panopticon. E lo sguardo di tutti si sarebbe appuntato sul corpo vestito del re, sul suo abbigliamento/costume (*clothed body*). Sia per Elisabetta che per Giacomo l’abito era fondamentale per creare e dare visibilità alla persona del re, proprio come il costume per un attore che faceva la parte del re nei drammi shakespeariani. Questo cortocircuito o confronto tra il re e l’atto/re, che dipendono entrambi dalla visibilità dell’abito, produce un’ansia/angoscia creativa, piuttosto che una piatta reciproca mimesi. Cosa è l’abito, il costume del re? È solo apparenza? Un semplice ingannevole travestimento? Un segno di forza o di debolezza del potere *tout court* e del potere del teatro? L’abito fa o non fa il monarca? Crea o nasconde il potere? Che relazione tra illusione e mimesi, finzione e rappresentazione, apparire e essere? Questioni a cui l’età di Elisabetta e di Giacomo e Carlo I Stuart danno forma e espressione creativa in due generi drammatici del tutto diversi: i *plays* del teatro pubblico (*playhouse*) e i *masques* del teatro di corte.

Ma prima qualche breve considerazione sull’abito del sovrano nella cultura materiale dell’epoca. Gli Archivi del *Wardrobe* testimoniano che sia Elisabetta che Giacomo avevano un enorme e costoso guardaroba. La maggior parte degli abiti di Elisabetta e di Giacomo erano forniti dal Great Wardrobe, che era una struttura istituzionale della casa reale. I monarchi vestivano abiti su misura che venivano prodotti dal sarto reale e da un gruppo di artigiani e di donne, che lavoravano per la corona ma non in modo esclusivo. Quando nel 1600 fu fatto l’inventario del guardaroba di Elisabetta, esso contava 102 abiti da sera francesi, 67 abiti inglesi, *round gowns* (quelli che non mostrano sottoveste,) 125 *kirtles* (sorta di salopette), 136 foreparts (sorta di grembiule), 99 mantelli e 99 mantelle con il cappuccio (*cloaks*), oltre a nuovi accessori e biancheria comprese 72 sottovesti e 43 paia di manicotti di flanella.

Elisabetta era più elegante e vanitosa di Giacomo, ma spendeva di meno per i suoi abiti perché ne riceveva in regalo molti di più di quanti ne ricevesse Giacomo. La minore popolarità di Giacomo, rispetto a Elisabetta, aveva due cause in apparente contrasto: il re veniva criticato per la sua prodigalità (ri-

spetto alla leggendaria parsimonia di Elisabetta), ma anche per la sua trascuratezza nel portamento: si sa che alla preziosità degli abiti Giacomo preferiva quella dei gioielli, catene e collane, che indossava con piacere. La trascuratezza, l'indifferenza di Giacomo verso il privilegio del suo abito regale viene criticato perché la Magnificenza doveva essere prerogativa del re, che in questo modo asseriva/rappresentava la sua superiorità sulla nobiltà e dunque il suo primato assoluto. Così come doveva apparire nei *masques* o *disguisings* (travestimenti in maschera) occasioni in cui per la corte come per il re si confondevano i confini tra abito reale e teatrale. Inoltre, per rimanere nella dimensione della cultura materiale, le istituzioni della corte non esitavano a fare del guardaroba di corte un business, sia esponendoli nella Torre di Londra, sia vendendoli o dandoli in prestito alle compagnie teatrali, buttando sul lastrico gli artigiani come il merciaio Thomas Giles che denunciò John Arnold, perché lamentava di non poter reggere la concorrenza con le autorità che presiedevano allo spettacolo.

Quanto al teatro, anche se non è sopravvissuto nessun costume dell'epoca, si può ricostruire il costume del re (le spese, la fattura) da prove sia esterne che interne ai drammi: come dal *Diario* dell'impresario teatrale Henslowe, da testimonianze di visitatori e viaggiatori, dai bilanci degli spettacoli, dai testamenti degli attori (cfr. Lennox e Mirabella, 2016). Gli attori che recitavano al cospetto del re dovevano vestire costumi di ottima fattura. Nel 1602 il Lord Ciambellano chiedeva che *Twelfth Night* "be furnished with rich apparel" [fosse dotata di un abbigliamento costoso] tanto che Henslowe spende 561 pounds on "apparel and properties" (per abiti e oggetti di scena) tra 1597 e il 1603.

Indeed, the costumes were real court garments, as Thomas Platter, a Swiss visitor in 1599, observed: "The comedians are very expensively and elegantly costumed, since it is usual in England, when important gentlemen or knights die, for their finest clothes to be bequeathed to their servants, and since it is not proper for them to wear such clothes, instead they subsequently give them to the comedians to purchase very cheaply". This means that when the ordinary Elizabethan went to the theatre to see a play about royalty, he might have thought of the drama as a mere fiction, but its trappings were paradoxically the real thing (Orgel, 1975, 5).

In realtà, i costumi erano abiti veramente di corte, come Thomas Platter, un visitatore svizzero nel 1599, osservò: "Gli attori indossano costumi eleganti e costosi, perché in Inghilterra solitamente, quando muoiono importanti signori e cavalieri, gli abiti più belli vengono lasciati ai servitori e poiché essi non possono indossare quegli abiti, li offrono a basso costo agli attori. Questo significa che quando un normale elisabettiano andava a teatro a vedere un dramma sui re, considerava il dramma una mera finzione, tuttavia i suoi ornamenti paradossalmente erano 'veri'" [traduzione dell'autore].

Ma la “magnificenza” del “re in scena” fu spesso sotto attacco, principalmente da parte dei puritani. Stephen Gosson, tra i più influenti scrittori di pamphlets antiteatrali (*The School of Abuse*) lamentava che un attore or “a meane person – could – take vpon him the title of a Prince – and – by outward signes to shewe them selues otherwise then they are, and so with in the compasse of a lye” (Orgel, 1975) [che un attore o una persona infima potesse attribuirsi il titolo di Principe e con segni esteriori simulare un’identità diversa e tutto questo nel giro di una bugia]. Nel labirintico confronto tra verità della finzione e finzione della verità, nella querelle antiteatrale la simulazione più grave era travestirsi da re. Ma dove “finge” l’abito regale sul corpo del re o sul corpo dell’attore? E qui è radicale la distinzione tra teatro pubblico e teatro di corte (“royal theatre”).

Quanto al primo lo sfarzo e la natura esclusiva dell’abito del re potevano essere interrogati e messi in discussione sulla scena e Shakespeare ha esplorato il tema in varie accezioni. Nel caso di *Richard III*, per esempio, l’abito nasconde, come dice Shakespeare, la sua nuda malvagità. Lear, indifeso nella brughiera in tempesta al climax della follia, mentre denuncia lucidamente e violentemente l’abito del re come pompa superflua, si strappa i vestiti di dosso esponendo il corpo denudato del re, ridotto come tutti gli umani a un nudo “animale forcuto”, un “forked animal”:

LEAR: Tu, povertà senza tetto-entra
Io voglio pregare e poi dormire. [*Il Matto va dentro*].
Poveri nudi sventurati, ovunque
voi siate che patite i coolpi di questat empesta spietata, in che modo le vostre teste
senza casa e i vostri fianchi scarni,
i vostri stracci pieni di buchi e di finestre potranno difendervi da tempi come questi?
Ah me ne sono curato troppo poco!
Prendi la medicina fasto regale!
Esponiti a sentire ciò che sentono i poveri,
per poterti scuotere di dosso il superfluo e darlo a loro, rivelando Cieli più giusti.

Staresti meglio in una tomba piuttosto che rispondere col tuo corpo scoperto a questa
violenza dei cieli. E dunque l’uomo non è niente più di questo? Consideralo bene.
Tu non devi seta al baco, pelle alla bestia, lana alla pecora, profumo al gatto. Ah!
Tre di noi sono sofisticati. Tu sei la cosa in sé. L’uomo non adulterato non è più di
un povero, nudo forcuto animale come te. Via, via cose prese a prestito! Vieni, sbot-
tona qui (*Strappandosi i vestiti di dosso*).
(Shakespeare, 1991, ed. con testo a fronte)

Ma non tutti i re (né quelli medievali delle *histories* scritte durante il regno di Elisabetta (*Henry V*, *Richard II*), né quelli più contemporanei composti sotto Giacomo come (*Henry the VIII* o Prospero il duca di Milano) sono “pazzi” come re Lear o malvagi come Riccardo III.

Giacomo Stuart (alla corte del quale Shakespeare produce i suoi maggiori capolavori) è il teorizzatore del diritto divino dei re: per lui il monarca è un'autorità spiccatamente spettacolare/visibile sostenuta da un'autorità invisibile, quella di Dio. La elezione divina (garanzia del potere assoluto) è significata con il rinnovato ricorso al rito medievale dell'unzione al momento dell'incoronazione, il corpo del re è sacro e nella credenza popolare, tutto ciò con cui viene a contatto con il corpo del re diventa sacro, si ammanta di sacralità. E così doveva essere anche per il corpo dell'attore che spesso indossava costumi appartenuti al re e che ne avevano toccato il corpo. Nel caso di *Richard II*, l'attore/personaggio, che indossasse o meno abiti realmente appartenuti al sovrano, rappresenta in modo emblematico, il rischio di mettere in scena la deposizione di un re. Il testo è universalmente riconosciuto come la messa in scena della dissacrazione della sovranità, della teoria politica dei due corpi del re che legittimavano l'eternità della regalità per diritto e discendenza da Dio. Con *Riccardo II* Shakespeare rischiò molto quando una sua messa in scena nel 1601 fu considerata il modo con cui il conte di Essex propagandava il suo complotto contro Elisabetta. Dopo la messa in scena il conte di Essex fu giustiziato e Elisabetta, che dichiarava: "Non sapete che Riccardo sono io?", vietò che venisse rappresentata la scena della deposizione durante il resto della sua vita. La scena della svestizione e della deposizione della corona di Riccardo era immagine e sostanza della intangibile spettacolarità regale in frantumi.

RICCARDO: Ma ascolta adesso come faccio a disfare me stesso. Dalla testa mi tolgo questo gran peso,
e dalla mano l'impaccio di un grosso scettro, e dal cuore l'orgoglio di fare il monarca.
Colle mie stesse lacrime io lavo il crisma dell'unzione, colle mie stesse mani cedo la mia corona,
colla mia stessa lingua rinnego la mia sacra funzione... Io rinuncio a ogni pompa a ogni fasto regale

[...]

se volgo gli occhi su me stesso,
io scopro in me un traditore come gli altri:
ho dato qui il mio spontaneo consenso a che si spogli d'ogni pompa la persona di un re;
ne ho avvilito la gloria, asservito la sovranità,
di un re orgoglioso ho fatto un suddito, di un monarca un villano.
(Shakespeare, 1995, ed. con testo a fronte)

Ma più di tutti erano la porpora, il manto regale a essere il segno della regalità. In *The Tempest*, testo terminale e il più metadrammatico di Shakespeare, Prospero mette in scena l'atto della svestizione della sacralità, ma non nel modo tragico di Riccardo II.

Già nella seconda scena del primo atto Prospero, duca di Milano, dopo aver scomposto e ricomposto le forze della natura, per tornare alla sua identità di vecchio padre si disfa e mette da parte il suo mantello, il segno della sua potenza:

PROSPERO: È tempo invece
Che io ti dica di più. La tua mano mi aiuti
A deporre questo mantello di magia. Così. [*Depone il manto*] Là mia Arte riposa.
(Shakespeare, 1984, ed. con testo a fronte)

Alla fine del dramma Prospero, rinunciando al suo potere, prima di lasciare l'isola e trasmettere/cedere il suo titolo alla generazione successiva, non solo spezzerà la bacchetta e affonderà nel mare i libri, ma dismetterà il manto, il costume regale che garantiva la magia e la sacralità del potere, quello regale e teatrale. L'abbandono dell'abito reale anticipa la crisi dell'assolutismo e non a caso anche del teatro dei re shakespeariano. La fine dell'assolutismo verrà rappresentata per l'ultima volta non sulla scena del teatro, ma sul patibolo con la decapitazione di Carlo I quando il re con la testa perde la corona. Nel 1649 durante la sua prigionia, in attesa dell'esecuzione, Carlo in *Eikon Basilikon* (L'icona del re) lamenta la sua condizione paragonandola e rappresentandola come una messa in scena di *Riccardo II*, la corona di Carlo è vera e finta come quella del Riccardo di Shakespeare. La storia si serve dell'arte che, come diceva Sidney è l'unica finzione che non mente.

Non c'è dubbio dunque che Shakespeare esplorò nei suoi drammi la problematica natura della sovranità (i rischi della tirannide, così come di un vuoto di potere, re fragili come Riccardo II e vittoriosi principi machiaveliani come Enrico V) e mise in scena il suo inestricabile legame con l'abito, l'autorappresentazione e la cerimonialità di cui il teatro e l'atto/ re e il suo costume erano le più potenti espressioni e forme di comunicazione.

Ma Shakespeare non operò solo con e per il teatro pubblico, questa nuova, inedita istituzione specificamente inglese e prematuramente democratica e nazionale, ma anche per il teatro di corte. Il Palazzo Reale, la Banqueting House a Whitehall era lo spazio della messa in scena dei *masques*, un genere squisitamente aristocratico e internazionale che si preoccupava di celebrare la centralità, la verticalità piramidale del potere assoluto (*ab-solutus*, libero da qualsiasi ostacolo) del sovrano libero di apparire e di mettere in scena la sua magnificenza e la sua magnanimità, soprattutto attraverso l'esibizione e la spettacolarizzazione dello sfarzo degli abiti e delle nuove tecniche teatrali.

Shakespeare a capo della Compagnia degli uomini del Re, i King's Men, sotto il re Giacomo ha senz'altro collaborato con il teatro di corte, ma furono Ben Jonson e Inigo Jones i veri protagonisti del genere. I *masques* vengono,

nell'immaginario collettivo, contrapposti ai drammi rappresentati nelle *playhouses* (e anche nei cosiddetti teatri privati come il Blackfriars di cui Shakespeare era proprietario) soprattutto per lo spazio che riservano l'egemonia che offrono) alla spettacolarità, all'immagine con la sua capacità di meravigliare e illudere. Oltre alle nuove tecnologie dello spettacolo, alle inedite macchine teatrali capaci di simulare il volo e altri prodigi e alle scenografie prospettiche di Jones – l'architetto che si era formato a Vicenza alla scuola di Palladio – i *masques* mettevano in scena la corte vestita nei suoi abiti e costumi più simbolici e sorprendenti. Erano rappresentazioni allegoriche che celebravano eventi riferiti alla corte, al centro del potere: una festa nuziale, una vittoria militare, una nascita.

Protagonista era la corte stessa che davanti al re, al centro della sala reale, rappresentava un'azione che passava dal disordine, l'*antimasque* (la cacofonia delle streghe in *The Masque of Queens*) ad una seconda parte in cui l'ordine veniva restaurato e gli attori si univano al resto della corte/spettatrice in una danza, in una sorta di mimesi e coincidenza autocelebrativa. Contro i *masques* (Orgel, 1975, 39) era nata una polemica perché i *masquers* non erano attori: una dama o un signore in una rappresentazione non erano sollevati dall'obbligo di osservare le complesse regole di comportamento cortese. E recitare una parte, diventare un attore o un'attrice, sostituire i propri abiti con un costume teatrale costituiva un cambiamento di ruolo, una menzogna, l'abbandono della identità reale. Questo era il motivo per cui "Women-Actors", secondo William Prynne – (un giurista puritano autore di uno dei più violenti trattati antiteatrali *Hystriomastix or the Scourge of Players* (*Il flagello degli attori* 1633) [...] were "notorious whores". (Questa affermazione che si pensò riferita a Henrietta Maria, la moglie di Carlo I Stuart, causò a Prynne l'imprigionamento e il taglio di un orecchio – un atto che preannuncia simbolicamente la vicina rivoluzione puritana). In ogni caso è per questo che Jonson e Jones idearono per i *masques* una diversa struttura: un *antimasque* in cui attori professionisti (come appunto i King's Men) mettevano in scena un'azione caotica e conflittuale era seguito dal *masque* rappresentato dalla corte e dal re che garantiva il superamento del disordine e dei conflitti, un mondo ideale in cui non c'era soluzione di continuità tra essere e apparire, tra esterno e interno, tra costume e abito: "the theater itself became an entity; the stage was not the setting for a drama, but was itself the action... Such a theater has little to do with plays; it is, in certain ways, anti-dramatic" [il teatro stesso diventò un'entità, la scena non era lo scenario del dramma, ma esso stesso era l'azione... Un teatro di questo tipo ha poco a che fare con i drammi; è, per certi versi, antidrammatico] (Orgel, 1975, 40).

Nei *masques* il nostro sguardo democratico vede solo adulazione, vanità effimera, un enorme spreco di denaro per costumi e scenografie utilizzate

Commentato [FF120]: non tornano gli incisi e le parentesi.
Rivedere la frase

per una sola volta, ma l'accusa è infondata. Quel tempo credeva nel potere dell'arte di persuadere trasformare conservare e il masque ebbe una funzione politica serissima. La **magnificenza e la magnanimità**, secondo Aristotele, non erano privilegi della Corona, ma le sue principali virtù che, come doni, il sovrano offriva ai sudditi. L'immagine del monarca, la manifestazione apparente delle sue virtù è cruciale. La metafora teatrale esprime chiaramente questa posizione. Giacomo I in *Basilikon Doron* afferma che il sovrano non solo deve imporre buone leggi ma le deve esemplificare:

Commentato [FF121]: minuscolo

with his vertuous life in his own person, and the person of his court and company... Let your own life be a law-booke and a mirrour to your people, that therein they may read the practise of their own Lawe; and therein they may see, by your image [*the king's clothed and crowned body*] what life they should lead (McIlwain, 1918, 43).

Il *masque* era un'estensione della mente del re e, a dispetto del pregiudizio contro gli attori, salire sulla scena era una prerogativa del re. L'unità e la gerarchia della corte venivano rappresentate con scenografie e setting in cui il ruolo del re era quello dello spettatore, più che quello dell'attore. La posizione privilegiata del re consentiva non tanto al re di guardare, ma di essere guardato come Royal Spectator del prodotto della sua immaginazione e della sua mente.

È Shakespeare a offrire il paradigma del *masque* (ma anche della sua sovversione) e paradossalmente in un play per il teatro pubblico. È il masque che Prospero offre come dono di fidanzamento a Miranda e Ferdinand in *The Tempest*. Nel *masque* Prospero sintetizza l'azione che ha svolto nel dramma riassumendo il significato del genere del *masque*.

Prospero nel dramma non è solo il duca di Milano che, dopo l'usurpazione, trasferisce il suo primato politico al centro della piccola isola disabitata, egli è fin dall'inizio signore e padrone degli elementi, della natura: suscita la tempesta e vi mette fine; e nel *masque*, appunto, ricapitola il suo controllo sulla natura. È questo il senso dell'ambiente pastorale in cui Prospero immerge la scena del suo *masque*: evoca Cerere la dea della natura e Iris – vestita presumibilmente di tutti i colori dell'iride – riporta tempo sereno. Il mago, l'artista scienziato è in grado di eliminare la morte (non c'è inverno nel ciclo stagionale) e le passioni (Venere e Cupido sono tenuti alla larga). A prescindere dall'esito finale, come nei *masques* di corte qui Prospero non rappresenta solo un sovrano, ma è simbolo della mente e dell'immaginazione del re/uomo rinascimentale capace di creare come Dio e celebra il potere del re come paradigma della mente umana.

Come sempre accade, Shakespeare non si con-forma e stravolge la struttura tradizionale del genere.

Il setting pastorale non segue, come sempre accade, all'*antimasque*, bensì è seguito da un *antimasque*. Il complotto di Stefano Trinculo e Caliban, che mette fine e scompagina il mondo ideale creato da Prospero: "Our revels now are ended" [Il nostro spettacolo è finito] (84.1.148).

Significativamente il complotto fallisce perché i due buffoni sono distratti dagli abiti/costume magici di Prospero: secondo Stefano l'abito fa il monaco: basterà indossare gli abiti del re per diventarlo. È quello il momento in cui Prospero abbandona i segni del potere e il centro della scena.

Appena entrano nella grotta di Prospero i complottisti si imbattono nel guardaroba di Prospero. Nonostante i tentativi di dissuasione di Caliban, Stefano e Trinculo ne rimangono irretiti e falliscono nella loro impresa criminale.

STEPHANO: Give me thy hand. I do begin to have bloody thoughts.
TRINCULO: O king Stephano! O peer! O worthy Stephano! Look what a wardrobe here is for thee!
CALIBAN: Let it alone, thou fool; it is but trash.
TRINCULO: O, ho, monster! we know what belongs to a frippery. O king Stephano!
STEPHANO: Put off that gown, Trinculo; by this hand, I'll have that gown.
TRINCULO: Thy grace shall have it.
CALIBAN: The dropsy drown this fool I what do you mean to dote thus on such luggage? Let's alone And do the murder first: if he awake, from toe to crown he'll fill our skins with pinches, make us strange stuff.
STEPHANO: Be you quiet, monster. Mistress line, is not this my jerkin? Now is the jerkin under the line: now, jerkin, you are like to lose your hair and prove a bald jerkin.
TRINCULO: Do, do: we steal by line and level, an't like your grace. STEPHANO: I thank thee for that jest; here's a garment for't: wit shall not go unrewarded while I am king of this country. "Steal by line and level" is an excellent pass of pate; there's another garment for't.
TRINCULO: Monster, come, put some lime upon your fingers, and away with the rest.
CALIBAN: I will have none on't: we shall lose our time, and all be turn'd to barnacles, or to apes With foreheads villanous low.
STEPHANO: Monster, lay-to your fingers: help to bear this/away where my hogshead of wine is, or I'll turn you out of my kingdom: go to, carry this.
TRINCULO: And this.
STEPHANO: Ay, and this.

[A noise of hunters heard. Enter divers Spirits, in shape of dogs and hounds, and hunt them about, PROSPERO and ARIEL setting them on]
(The Tempest, 4.1.220-255)

STEFANO: Dammi la mano. Comincio ad avere pensieri di sangue.
TRINCULO: O re Stefano! O monsignore! O illustre Stefano! Non vedi che guardaroba c'è qui per te?
CALIBAN: Lascia stare, idiota, sono stracci che non valgono niente.
TRINCULO: Oh, oh mostro! Gli stracci del rigattiere noi li sappiamo riconoscere. O re Stefano!
STEFANO: Lascia stare quella veste, Trinculo – per questa mano, la voglio io!
TRINCULO: Tua Grazia la avrà!
CALIBAN: L'idropisia anneghi questo buffone. Ma siete matti a rimbambirvi con questa spazzatura? Lasciate stare. L'omicidio, Prima. Quello, se si sveglia, Ci riempirà di pizzichi da capo a piedi E farà cose strane di noi...
STEFANO: ...a te un vestito. Finchè sarò io il re di questo paese, lo spirito sarà ricompensato... eccotene un altro.
TRINCULO: Avanti, mostro, vischio alle dita e attacca col resto.
CALIBAN: Non ci sto: perderemo tempo e saremo trasformati In oche selvatiche o in scimmie Dalla fronte mostruosamente bassa.
STEFANO: Svelto con le dita, mostro: aiutaci a portare questa robalà dove tengo il vino, o ti scaccerò dal mio regno. Avanti, porta questo.
TRINCULO: E questo.
STEFANO: Sì, e anche questo.

[Si sentono cacciatori. Entrano vari spiriti, in forma di cani e levrieri, che li inseguono, incitati da Prospero e Ariel].
(Shakespeare, 1984)

Dunque, l'abito/costume del re egemonizza la scena pubblica e quella della corte: l'opposizione tra le due rappresentazioni – una, per così dire, reale, l'altra "ideale" – forma due nodi della complessa rete di costruzione e comunicazione che l'immaginazione dell'*early modern age* mise in campo per istituire tra i primi e più forti stati assoluti nazionali europei e prevederne il superamento.

Riferimenti bibliografici

Greenblatt S. (1988), *Representing the English Renaissance*, University of California Press, Berkeley.
Lennox P., Mirabella B. (eds.) (2016), *Shakespeare and Costume*, The Arden Shakespeare, Bloomsbury.

- McIlwain C.H. (ed.) (1916), *Political Works of James I*, Cambridge, Massachusetts.
- Orgel S. (1975), *The Illusion of Power. Political Theater in the English Renaissance*, University of California Press, Berkeley.
- Shakespeare W. (1984), *La tempesta*, tr. it. di A. Lombardo, Garzanti, Milano.
- Shakespeare W. (1988), *Riccardo III*, tr. it. di V. Gabrieli, Garzanti, Milano (edizione bilingue).
- Shakespeare W. (1991), *King Lear*, tr. it. di A. Lombardo, Garzanti, Milano (edizione bilingue).

4. Paesaggio e look metropolitano tra sperimentazione e nuova spettacolarità

di Annamaria Sapienza

Abstract

Between the end of the Seventies and the beginning of the Eighties, Italian theatrical experimentation takes a critical look to the metropolitan landscape, translating its peculiar signs using the aesthetics of the media. Fashion world as well follows this absorption process that reflects on the stage through costumes of emblematic plays inside the so-called "new spectacularity". The report aims to trace key examples of this phenomenon through two companies: Falso Movimento and Magazzini Criminali.

1. Nuova spettacolarità e **mediateatro**

Una parte del teatro degli anni Sessanta si caratterizza, sia in Italia che altrove, per la sovversione degli elementi costitutivi dello spettacolo che viene riformulato nei suoi statuti spostando l'asse verso uno spazio definito sul piano visivo. L'attenzione rivolta alle avanguardie storiche e la contaminazione delle arti visive sulla scena fanno parte di questo percorso di ribaltamento degli elementi strutturali del teatro destinato a tracciare una strada di non ritorno nel teatro di ricerca. Attraverso una serie di gruppi impegnati in una incessante indagine espressiva, il teatro prosegue nel segno dell'integrazione di linguaggi artistici plurimi e peculiari, liberando la scena teatrale dalla dipendenza nei confronti della forma verbale e restituendo all'azione autonomia figurativa con netta prevalenza dell'immagine sulla parola. Questa modalità compositiva, denominata teatro-immagine (Bartolucci, 1968, 1970), segna le basi per ulteriori istanze sviluppatasi nei primi anni Settanta. È del 1973, infatti, un'importante rassegna svoltasi a Salerno dal titolo *Incontro/nuove*

Commentato [FF122]: minuscolo

tendenze e curata da Giuseppe Bartolucci, teorico e critico militante del nuovo teatro italiano, che accoglie le tensioni sperimentali del nuovo decennio tra crisi dei modelli e ansia di rinnovamento.

La forza eversiva delle forme rappresentative realizzate consuma velocemente i suoi risultati, pronta a trasformarsi in un atteggiamento che opera un'ulteriore scomposizione dello spettacolo negandone il concetto stesso come prodotto finito, sostituito da soluzioni aperte in forma di eventi e ambientazioni. Ancora una volta, a sancire questa nuova evoluzione del teatro di ricerca è la rassegna di Salerno, giunta nel 1976 alla sua quarta ed ultima edizione. La denominazione che Bartolucci sceglie è quella di postavanguardia, sulla scia delle teorie postmoderne (Lyotard, 1981; Baudrillard, 1980) rispetto alle quali anche il Nuovo Teatro italiano riesamina le proprie regole alla luce di un rapporto problematico con una contemporaneità in rapida e continua mutazione, che rinnova il suo alfabeto e si offre come fonte di nuovi codici spettacolari.

Agli inizi degli anni Ottanta tale sensibilità artistica si evolve in un fenomeno teatrale definito nuova spettacolarità che, nel tradurre sulla scena i segni del presente, volge una particolare attenzione all'universo della metropoli, alle tendenze, alla moda (in tutte le sue manifestazioni) e ai segni che la definiscono. Di certo, le realizzazioni appartenenti a questa stagione culturale mostrano aspetti di estrema ambiguità, sospese fra teatro e arti visive, spettacolo delle percezioni e immaterialità della visione.

In logica coerenza, la definizione di nuova spettacolarità viene coniata ancora una volta da Bartolucci in occasione della rassegna intitolata *Paesaggio metropolitano-arte/teatro-nuova performance/nuova spettacolarità* realizzata alla Galleria Nazionale di Arte Moderna di Roma, dall'8 gennaio al 1 marzo del 1981. L'evento rivela la fine del fenomeno della Postavanguardia e, nel giro di due anni, realizza un processo interno di trasformazione che definisce le coordinate di un nuovo stile teatrale. La nuova spettacolarità segna, infatti, lo sviluppo del teatro sperimentale nell'elaborazione della costruzione scenica attraverso una molteplicità di elementi attinti dalla contemporaneità rintracciata attraverso gli strumenti del comunicare. Pertanto la nuova frontiera della sperimentazione che qui si delinea produce, in un'unica soluzione, un'espressione teatrale che rimanda immediatamente al paesaggio urbano individuato come suggestione di base nella postavanguardia e si completa (senza rinunciare alle forme tradizionali del cinema, del fumetto e della danza) con i linguaggi medialità degli anni Ottanta quali la moda, la televisione, la musica rock, il video. Questi ultimi vengono identificati dai gruppi teatrali come canali che definiscono l'attualità, mezzi con i quali potersi e doversi confrontare, senza adesioni né interventi di tipo critico (Sapienza, 1992).

Commentato [FF123]: minuscolo

Detta anche stagione del mediateatro, tale fase produttiva non utilizza i mass media come un prestito, ma si identifica con essi esprimendone tutta la spettacolarità, intrinseca (legata al mezzo) e strumentale (legata alla manipolazione dei contenuti). Lo spettatore assume un ruolo centrale, divenendo protagonista di una relazione nella quale i sensi, soprattutto la vista e l'udito, sono particolarmente sollecitati non in virtù della ricerca di significati, ma nell'immersione totale in un vortice di suggestioni (Sinisi, 1983). Tra le formazioni che interpretano al meglio tale tendenza, e che sono stati scelti in questa sede come rappresentativi dei rapporti tra moda e teatro, si impongono all'attenzione Falso Movimento a Napoli e I Magazzini Criminali a Firenze. Ad essi si affiancano, in una valutazione estensiva su scala nazionale, la compagnia teatrale di Giorgio Barberio Corsetti a Roma e il Centro di Ricerca Multimediale Krypton anch'esso a Firenze.

2. Otello di Falso Movimento

Il lavoro di Falso Movimento (gruppo napoletano diretto da Mario Martone dal 1977 fino al 1987 quando, è noto, si fonde in Teatri Uniti con il Teatro Studio di Caserta di Toni Servillo e il Teatro dei Mutamenti di Antonio Neiwiller) si afferma grazie ad una serie di spettacoli dalle forme inedite. Negli anni Ottanta, le rappresentazioni di Falso Movimento assimilano le suggestioni dello scenario metropolitano nel quale la città diventa l'elemento chiave di una ricerca che si interroga sull'avvenuta formulazione di un nuovo immaginario collettivo. Il confronto con il piano della simulazione dei mass media conduce alla focalizzazione dei tratti e delle espressioni che si proiettano nella moda, fenomeno inteso in un'accezione ampia e articolata che svela l'illusorietà della comunicazione corrente nel confronto con la materialità del teatro. Su questa intuizione si producono lavori particolarmente significativi quali *Dallas 1983* (1979), *Rosso Texaco* (1980), *Controllo totale* (1981) e *Tango glaciale* (1982), divenuto spettacolo-culto che sintetizza le esperienze tecniche maturate in pochi anni e conclude la prima fase del mediateatro.

Dopo anni di necessaria destrutturazione della forma spettacolare ordinaria, il gruppo procede nell'individuazione di un linguaggio teatrale mediante il recupero dell'elemento narrativo, intendendo con tale nozione una componente poliespressiva oltre la testualità tradizionale, sia in termini di installazione che di creazione teatrale in senso stretto. I lavori che ne scaturiscono presentano personaggi e situazioni che affiorano sotto gli occhi degli spettatori in nome di un'estetica mediale che pone il teatro in continua frizione con la realtà, ovvero, con un panorama contemporaneo che si trasforma rapidamente

Commentato [FF124]: si intente il titolo?
Se sì, indicare dove inserire il corsivo

e che proietta sulla scena le prove di un quotidiano di consumo. Il teatro, che in questa fase di irreversibile autoanalisi riscrive le sue leggi, intercetta le suggestioni provenienti dalla moda alle quali applica un processo creativo che spesso sfocia in forme esasperate, o semplicemente reinventate, per la scena come iperbole di una velocità che incombe e modifica la percezione del reale.

All'interno di un generale ribaltamento delle componenti del teatro condiviso dalle formazioni sperimentali, Falso Movimento dedica un'attenzione particolare all'America, riferimento mitico metropolitano precursore di stimoli artistici in campo visivo e musicale. La scrittura scenica si arricchisce di proiezioni filmiche, diapositive, vertigini del rock (nelle varianti che definiscono il fenomeno diffuso in questo periodo attraverso l'invasione di videoclip) che modificano il ritmo dei movimenti degli attori che citano, direttamente o indirettamente, icone del genere musicale nei costumi e nella gestualità (Sapienza, 2018).

Otello rappresenta un caso emblematico di tale stagione artistica, sia per il gruppo napoletano che nell'ambito del panorama teatrale nazionale. Presentato all'interno della rassegna *Zona di osservazione* sulla nuova spettacolarità organizzata al Castel sant'Elmo di Napoli nel 1982, l'allestimento subisce tre variazioni fino al 1985 che producono versioni differenti tali da segnare il paradigma visivo dell'evoluzione linguistica della compagnia. Lavoro complesso e problematico, nelle tre edizioni che ne testimoniano i ripensamenti la fonte primaria è costituita dal melodramma composto da Giuseppe Verdi su libretto di Arrigo Boito nel quale, com'è noto, la forza della storia shakespeariana si veste di nuova poesia sia in termini musicali che testuali. Ed è a partire dalla scrittura verdiana come sostanza drammatica autonoma, affrancata dalla componente verbale, che procede la costruzione narrativa della rappresentazione che affida alla musica il compito di sostenere le immagini nella progressiva emersione del racconto. È come se lo schematismo "freddo" degli spettacoli di Falso Movimento, subisse in questa fase una virata neoromantica verso un atteggiamento caricato del valore seduttivo delle immagini e del potere struggente della musica.

La prima edizione, alla quale appartengono le immagini incluse, è progettata per la suggestiva cripta di uno degli storici castelli napoletani, situato sul punto più alto della città. L'impianto di base è costituito da una installazione multimediale della durata di circa venti minuti durante i quali la storia emerge nei tratti salienti attraverso le azioni degli attori, i suoni, le proiezioni che colpiscono anche i corpi in scena utilizzati all'occorrenza come schermi bidimensionali. La varietà dei quadri visivi comprende un ampio ventaglio di riferimenti che ai progetti dei Bibbiena affianca le ambientazioni orientali, la laguna veneziana, le stampe antiche, dilatando *in toto* le coordinate spaziotemporali. L'assenza di rimandi precisi consente che dal

nucleo principale possa partire l'elaborazione per un nuovo *Otello* rappresentato nella tradizionale sala del teatro San Ferdinando di Napoli nell'aprile del 1983, nonché per un ulteriore allestimento ripensato per lo spazio industriale della Fabrikhalle di Francoforte nell'ottobre del 1985, entrambi arricchiti dagli interventi musicali di Peter Gordon. È questa la parabola di una scrittura scenica in divenire, dove le riflessioni di base relative al mediateatro con le corrispondenti contaminazioni tra moda e linguaggi delle immagini, sottendono ad ogni sviluppo rappresentativo pur nella unicità di ogni risultato.

Le tre versioni, al di là delle differenze specifiche, si fondano su un impianto visivo mutevole nel quale la frammentazione delle immagini si connette con scenografie dinamiche. Sulla scena la connotazione fisica dei personaggi, definiti dalla gestualità e dai costumi, risponde ad intenzioni progettuali: la rappresentazione esplose in spettacolari mutazioni nel momento in cui la gelosia si impossessa del Moro e i tre protagonisti si palesano in un look da icone da concerto rock o da pubblicità televisiva: Otello è incapsulato in un cappottone di cuoio nero, Iago indossa un vestito con camicia bianca e cappello a falda larga, una biondissima Desdemona è fasciata in abito nero. E dunque la moda, anche laddove è riflessa nel costume teatrale, viene riattraversata nelle sue linee che vengono rielaborate in soluzioni finalizzate. Il soprabito di pelle dalle spalline rigide tipiche del *fashion* anni Ottanta, ad esempio, mentre rende monolitica la presenza di Otello con il macigno di una sofferenza interiore, ne annulla il peso diventando superficie piatta, schermo video sul quale si rifrangono proiezioni (pensieri, incubi o solo impressioni); di contro, il completo di Iago, elegantemente casual e dal taglio moderno, asseconda il dinamismo di una figura destinata a muoversi con disinvoltata versatilità e ambigua leggerezza; il trucco *glamour* di Ofelia, in parrucca bionda da Marilyn Monroe, rimanda alle immagini patinate delle sinuose modelle dei rotocalchi per sparire nei chiaroscuri delle luci che restituiscono il candido pallore al volto innocente. Tali elementi, oltre ad una parziale reintroduzione dei ruoli e dell'interpretazione, restituiscono il senso generale di un look metropolitano, un'estetica globale riflessa in una grammatica imposta dalla pervasività dei suoi mezzi, uno scenario che contiene più complesse riflessioni oltre le immagini.

3. Crollo nervoso dei Magazzini Criminali

Il gruppo fiorentino dei Magazzini Criminali (nato nel 1972 col nome di Carozzone ad opera di Federico Tiezzi, Sandro Lombardi e Marion D'Ambrigo, trasformatosi nel 1980 in Magazzini Criminali e, qualche anno dopo, in Magazzini), presenta un iter comune a tutti i gruppi impegnati nel flusso

sperimentale compreso tra postavanguardia e nuova spettacolarità. Tuttavia la formazione si distingue per una maggiore incisività delle scelte rappresentative, un'aggressività manifesta nei termini di un'adozione più estrema dei contrasti che fanno della scena un autentico terreno di scontro dialettico. Dalla fine degli anni Settanta, anche i Magazzini Criminali producono spettacoli che attingono dall'attualità, ma questa viene riscritta sulla scena secondo un ritmo vorticoso e convulso. L'avvicinamento ai linguaggi del contemporaneo non testimonia l'eco di contaminazioni, ma traduce lo scontro inevitabile con la potenza dei mass media (rock, moda, sport, fantascienza, fumetto, romanzo poliziesco) "con tutta la violenza e la pornografia di cui sono portatori e con tutta la dolcezza e persuasione di cui sono provvisti" (Bonfiglioli, 1981, 16).

La storia teatrale dei Magazzini Criminali, ricca e stratificata, comincia con suggestioni tratte dalla Minimal Art e dal teatro orientale per arricchirsi con un'indagine approfondita nei territori delle arti visive (tra le quali emergono le novità di Richard Foreman e Robert Wilson) che producono una particolare metodologia di lavoro. La riqualificazione del rapporto trinitario spazio-tempo-attore conduce il gruppo verso un susseguirsi vorace di fasi creative (dal teatro immagine a quello analitico fino alla stagione definita patologico-esistenziale) che, al di là delle sfumature esistenti, obbligano al confronto con un reale inafferrabile: "La coscienza di un vuoto ideologico estetico, una distanziamento sia dal mentale che dall'esistenziale, una presa di possesso di simulazione di esperienze e di derealizzazione del quotidiano ha condotto i Magazzini Criminali a disporsi su una spettacolarità esemplare e ad entrare spavalidamente nei mass media" (Bonfiglioli, 17).

I materiali pertinenti sono utilizzati in maniera più disinibita rispetto alle formazioni coeve e testimoniano l'urgenza di un'espansione creativa, lucida e passionale, che traduce i geroglifici metropolitani in una cifra personale e riconoscibile come teatrale. Tutto ciò che fluisce dai media modifica con forza silenziosa i gusti, le abitudini, il pensiero e, soprattutto, i comportamenti in nome di una serie di mode che diventano motori invisibili di inconsapevoli cambiamenti estetici e sociali.

Strettamente connesso al concetto di moda è l'idea di corpo, scrigno linguistico ed emotivo sottoposto a omologazioni non arginabili. Gli spettacoli che i Magazzini Criminali realizzano in questa fase presentano una decisa presa di coscienza della fisicità, umana e attoriale, come soggetto auto-significante o in qualità di strumento plasmabile. L'attenzione del gruppo è rivolta alla corporeità come volume nello spazio che può disegnare il vuoto, unità di misura che sovverte prospettive tradizionali di visione e di movimento concepite con sequenze di ritmi ossessivi.

Nell'incontro/scontro con l'iconografia urbana, la moda è identificata dai

Magazzini Criminali come il riflesso visibile che si imprime sulla pelle, spettacolo di superficie che però condiziona e simula il divenire senza obiettivi o ideologie, privo di ogni referenzialità razionale. Il rimando a un vuoto ideologico ed estetico tragheta l'idea di moda come mutazione continua che, su questa alterazione indomabile, basa la sua forza economica. Il procedimento del *fashion world* risulta, in tale contesto, al centro della riflessione teatrale del gruppo che lavora e ri-teatralizza i messaggi subliminali gestiti dalle regole dei mass media (sia in termini di stilistici che economici).

Punto di rottura (1979), *Ebdomero* (1979) e *Crollo nervoso* (1980) rappresentano il percorso lineare del lavoro condotto attraverso l'universo dei media, della metropoli e delle suggestioni tecnologiche dell'epoca (Malvezzi, 2018). In particolare *Crollo nervoso* può essere identificato come il paradigma di tale fase che, tra l'altro, conferisce ai Magazzini Criminali risonanza europea grazie ad una lunga tournée e al conseguimento del Premio Ubu come migliore scenografia.

Completamente concentrata sull'esibizione spettacolare, la storia (non di lineare ricostruzione) riguarda un'eroina dello spazio inseguita da forze nemiche e rifugiatasi su un'astronave. L'azione è frammentaria ed è suddivisa in quattro nuclei spaziotemporali così indicati: "Mogadiscio 1985", "Aeroporto Internazionale di Los Angeles tre anni dopo", "Saigon 1969", "Africa agosto 2001". La scena, frutto della collaborazione di un folto gruppo di artisti visivi (Alessandro Mendini, Paola Navone, Daniela Puppa, Franco Raggi), propone una sorta di *empty room* (Petruzzello, 2016). I luoghi ricreati sono definiti mediante il ricorso ad immagini registrate attraverso un monitor sul palco ed uno fuori scena, nonché dai movimenti dei corpi all'interno di uno spazio che, dopo anni di allestimenti informali da *environment*, impone una visione frontale da parte dello spettatore posto in "televisiva" frontalità.

La scatola ottica dunque riproduce l'universo della simulazione costruito dai media, ovvero, uno spettacolo di massa con i suoi codici che confonde il reale con la sua moltiplicazione virtuale. Di fatto l'intento dei Magazzini Criminali è creare uno spazio nel quale tutto possa materializzarsi e, come analizza Lorenzo Mango:

vuol dire, allora, innanzitutto privare tale luogo di ogni definizione rappresentativa. La scena si trasforma, così, in camera, riducendosi alla sagoma essenziale delle sue pareti. È camera vuota, marcata a fuoco dai segni del presente/ futuro, spazio asettico attraverso cui far apparire le storie. La camera vuota, infatti, è il luogo da cui si guarda il mondo ed in cui si è guardati (1986, 5).

La scrittura scenica, basata sull'interrelazione tra corpo, spazio e luce, sembra riprodurre un mondo intergalattico, sia a livello spaziale che tempo-

rale, un impero elettronico nel quale si sovrappongono note immagini televisive (ad esempio il presidente Nixon che sorride dopo l'ammiraggio della capsula Apollo) alle azioni dei personaggi dal vivo che compongono un globo di incombenti menzogne sull'orlo, appunto, del crollo nervoso.

Operazione di sintesi, dunque, che espone un agglomerato linguistico e formale che tenta di rappresentare una condizione esistenziale al limite, tra angoscia e piacere, all'interno di un interstizio che risulta idealmente elettronico. Una sorta di partitura musicale (nella quale si distinguono le sonorità sperimentali di Brian Eno e David Byrne) definisce l'orizzonte fantascientifico che atletizza gli elementi del quotidiano, gioca sul cromatismo luminoso e punta su una gestualità ripetitiva:

L'impostazione del lavoro abbandona la struttura aperta [...] per reintrodurre in qualche maniera uno schema narrativo, con il recupero della fiction e l'ironica assunzione di tutti gli stereotipi del filone fantascientifico, formato fumetto, calati in una cornice coreografica e sonora sul modello di un musical (Sinisi, 2001, 729).

Non stupisce, dunque, l'abbigliamento dei protagonisti fasciati in immaginifici costumi spaziali che ripropongono gli echi (dilatati nello stile) delle *science fiction* che dilagano attraverso la televisione, complici i canali delle emittenti private che propongono, proprio in questi anni, un sistema di

intrattenimento aggiuntivo che aumenta l'offerta nazionale e rende più dipendente il telespettatore dallo schermo. Radio trasmettenti, dispositivi tecnologici non sempre reali, sono gli accessori dei movimenti artificiali degli interpreti, vistosamente allenati all'azione meccanica. Anche il gesto sportivo, adottato nella sua manifestazione spettacolare, esibisce la fisicità come prodotto televisivo costruito e controllato, all'interno di un sistema che traccia il perimetro di un territorio in cui risiede il germe del condizionamento e del contagio:

L'immagine dell'attore tende a farsi pubblicitaria, anzi sta dentro una situazione di moda; il prender possesso delle forme divistiche dei mass media (dal vestito alla truccatura, dal sorriso alla ferocia, dal travestitismo all'eleganza) è un vanitoso ed inestimabile segno kitsch; la velocità serve soltanto a destabilizzare qualsiasi fissazione interpretativa, qualsiasi aggancio culturalizzante, la instabilità è di ordine nomadico e sfuggente e tuttavia non esce dalla scena, non si marginalizza, impiantandosi, suavisamente, al centro dell'energia (Bartolucci, 1980).

Alla luce di due esperienze chiave nello snodo tra postavanguardia e nuova spettacolarità, il rapporto con la moda e con le mode di questi anni rappresenta una scelta decentrata rispetto all'ufficialità con la quale il teatro sperimentale, da sempre, ha stabilito un personale paradigma di forme e di

intenti. Nella costante interrogazione sul condizionamento passivo proveniente dalla situazione intorno, i protagonisti di tale tendenza costituiscono la prima generazione figlia della televisione, per sua natura, lente di ingrandimento di ogni moda ideologica, di tendenza e di costume. La necessità di non soccombere ad un silente livellamento culturale, suggerisce la necessità di esorcizzare il presente dall'interno, confrontarsi con l'esperienza globalizzante della metropoli, nella quotidianità affamata del "nuovo" che deborda nel "vuoto". La modalità è quella di utilizzare gli strumenti simbolo della medialità contemporanea come simulacri del vero, nell'articolazione di una nuova poetica scenica che tende a stabilire una relazione diversa con il pubblico che condivide linguaggi ed esperienze simili. Ma il risultato di questo processo di *mimesis*, non privo di complessità e contraddizioni, è l'individuazione di un alfabeto teatrale che cerca una collocazione tale da scandire i termini di un racconto che procede per immagini e sensazioni radicandosi nell'attualità. Scene, luci, costumi e tutto quanto è contenuto nello schema aperto della scrittura scenica, ricerca un nuovo rapporto simbolico con il reale, nel tentativo di interpretare e rappresentare nelle forme del teatro i meccanismi sfuggenti di un'epoca che accelera il suo flusso.

E dunque, nel confronto con i media, il teatro di ricerca si è trovato immerso in un dibattito che ha avuto come temi cardine il paesaggio metropolitano e la condizione post-moderna. La riflessione critica sulle dinamiche di trasformazione degli strumenti del comunicare, ha orientato una parte del teatro verso l'esplorazione dei traguardi raggiunti dal nuovo orizzonte estetico e ha, di fatto, imposto un faccia a faccia con le possibilità offerte dal mondo tecnologico, ineludibile e inarrestabile. Ma rispetto a questa consapevolezza e alla possibilità di uno scontro diretto con i linguaggi della comunicazione pervasiva del contemporaneo, il teatro non ha rinunciato alla sua potenza eversiva, reinventando, dissimulando, esasperando ed esorcizzando quanto dall'esterno (moda, spettacolo, pubblicità) avrebbe potuto imporsi al dominio dell'immaginazione.

Riferimenti bibliografici

- Bartolucci G. (1968), *La scrittura scenica*, Lerici, Roma.
Bartolucci G. (1970) *Teatro corpo-teatro immagine*, Marsilio, Padova.
Bartolucci G. (1971), *Il vuoto teatrale*, Marsilio, Padova.
Bartolucci G. (1980), *Attraverso gli "ultimi segnali"*, "Teatroltre, La scrittura scenica", 22.
Bartolucci G., Fabbri M., Pisani M., Spinucci G. (1982), *Paesaggio metropolitano*, Feltrinelli, Milano.
Baudrillard J. (1980), *Trasparenza*, "Alfabeta", 19, novembre-dicembre.

- Bignami P. (2005), *Storia del costume teatrale*, Carocci, Roma.
- Bignami P., Ossicini C. (2010), *Il quadrimensionale instabile*, Novara, Utet.
- Bonfiglioli R. (1981), *Frequenze barbare*, Firenze, La casa Usher.
- Guardenti R. (2000), *Il costume in scena*, in *Storia del teatro moderno e contemporaneo*, vol. II, Einaudi, Torino.
- Lyotard J.F. (1981), *La condizione post-moderna: rapporti sul sapere*, Milano, Feltrinelli.
- Malvezzi J. (2018), "Reinventare" il teatro attraverso il cinema, *Punto di rottura del Carrozzone/Magazzini Criminali prod.*, in A. Amendola, V. Del Gaudio, a cura di, *Teatro e immaginari digitali*, I Gechi, Milano.
- Mango L. (1986), *La camera di tutte le possibili elasticità*, in *Magazzini Criminali Productions*, L'Obliquo, Firenze.
- Mango L. (1987), *La scena della perdita*, Kappa, Roma.
- Mango L. (2003), *La scrittura scenica. Un codice e le sue pratiche nel teatro del Novecento*, Bulzoni, Roma.
- Martone M. (1987), *Ritorno ad Alphaville di Falso Movimento*, Ubulibri, Milano.
- Mele R., a cura di (1985), *Falso Movimento 77-82*, Taide, Salerno.
- Petruzzello M. (2016), *Crollo nervoso*, in Valentini V., a cura di, *Nuovo Teatro Made in Italy*, Bulzoni, Roma.
- Ponte di Pino O. (1988), *Il nuovo teatro italiano: 1985-1988*, La casa Usher, Milano.
- Quadri F. (1978), *L'avanguardia teatrale in Italia. Materiali: 1960-1976*, Einaudi, Torino.
- Ricciardi L. (2014), *Mario Martone, regista teatrale*, Paparo, Napoli.
- Sapienza A. (1992), *La tecnologia nella sperimentazione teatrale italiana: tre esempi*, IUO, Napoli.
- "Oltre il testo. La sperimentazione teatrale napoletana negli anni '60 e '70" (2018), *Forum Italicum*, n. 50, aprile, New York.
- Sinisi S. (1983), *Dalla parte dell'occhio. Esperienze teatrali in Italia: 1972-1982*, Kappa, Roma.
- Sinisi S. (2001), *Neoavanguardia e post-avanguardia in Italia*, in Alonge R., Davico Bonino G., a cura di, *Storia del teatro moderno e contemporaneo*, Einaudi, Torino, vol. III.
- Valentino M. (2015), *Il Nuovo Teatro in Italia: 1976-1985*, Titivillus, Corazzano.

Commentato [FF125]: Autori?

5. *L'estetica performativa
di David Bowie e Lady Gaga,
tra moda, costume di scena
e costruzione della stage persona*

di Grazia D'Arienzo

Abstract

The purpose of this essay is to examine how David Bowie and Lady Gaga enact their *personas* through vestimentary signs, focusing on their outfits, costumes and fashions on stage. Relying on Philip Auslander's analysis of glam rock's aesthetic, we show how theatricality and gender-bending are used by the two singers as a comment on the politics of representation in a performative context.

Introduzione

Il presente contributo intende riflettere sul ruolo assunto dai segni vestimentari – abiti, trucco, accessori ed *hair style* – nella costruzione dell'identità artistica di due figure centrali nell'immaginario performativo-musicale contemporaneo: David Bowie (pseudonimo di David Robert Jones) e Lady Gaga (al secolo Stefani Joanne Angelina Germanotta).

Si tratta di sondare due personalità poliedriche, sfuggenti alle categorizzazioni monolitiche. Entrambi cantanti, strumentisti e *songwriters*, essi hanno in comune un *background* afferente al teatro: più marcatamente fisico-gestuale il percorso di Jones (allievo del mimo e danzatore Lindsay Kemp), meno noto quello della Germanotta, formatasi in metodo Strasberg presso l'omonimo istituto newyorkese e poi nell'ambito del *musical* attraverso il CAP 21 Program della Tisch School of the Arts (New York University).

Corpi-immagine transmediali, David Bowie e Lady Gaga si sono sedimentati nella cultura pop rispettivamente del XX secolo e del XXI secolo, fluttuando tra le sfere espressive più disparate: dal concerto al videoclip,

dalla televisione alla fotografia, dal teatro al cinema, dalle arti visive al *fashion system*. La nostra attenzione in questa sede è focalizzata su un'unica direttrice della loro attività, quella che li definisce primariamente, ovvero il ruolo di cantanti-*performer* durante le esibizioni musicali dal vivo. In particolare, al centro del nostro interesse vi sono le modalità con le quali i due artisti hanno creato, comunicato e continuamente reinventato il proprio sé performativo in occasione di concerti integrali o esecuzioni di brani singoli e *medley* in programmi televisivi e *kermesse* di premiazione attinenti al settore discografico.

Ciò che le figure prese in esame condividono è la concezione della performance musicale quale macchina scenica globale, dove l'aspetto canoro-sonico si diluisce negli elementi della visualità, della corporeità, dell'ambiente scenografico, all'insegna di un'estetica mosaicale che trova nell'abito-costume – guaina pensata di volta in volta per un'apparizione sul palcoscenico – il corrispettivo della *stage persona* e delle *stage personae* con le quali David Jones e Stefani Germanotta si autorappresentano.

L'espressione "*stage persona*" da noi utilizzata è semanticamente sovrapponibile a quella di "*performance persona*" con cui Auslander indica l'immagine pubblica dell'artista, distinguendola dalla sua identità reale, dalla sua "*person*" (Auslander, 2006). La nostra scelta terminologica risente del maggiore accento posto sulla dimensione della creazione interpretativo-musicale dal vivo.

1. Bowie, Gaga, glam!

Nel febbraio del 2016, poco più di un mese dopo la morte di David Bowie, Lady Gaga presenta alla cerimonia di premiazione dei Grammy Awards un discusso tributo all'artista di Brixton (Nelligan e Giuffrè, 2018). Composta da un *medley* dei maggiori successi discografici di Jones, la performance inizia con i versi di *Space Oddity*, che la Germanotta canta ad occhi chiusi, mentre un *mapping* facciale – creato dal *media artist* Nobumichi Asai, in collaborazione con l'Intel e con la Haus of Gaga – trasforma i suoi tratti rostrali in una tela-omaggio a Bowie (fig. 1): in primo luogo ne viene riprodotto il trucco vistoso presente nel video di *Life on Mars?*, dopodiché un effetto di *morphing* sostituisce l'immagine con quella iconograficamente più pregnante dell'artista, la copertina dell'album *Aladdin Sane* (1973), dove compare con il celebre fulmine rosso in volto. Un ragno si origina poi dall'occhio destro di Gaga – il riferimento è qui alla band degli Spiders from Mars – e, vorticando sulla sua fronte, diventa il cerchio dorato connotante *Aladdin Sane*. A questo punto la Germanotta prende il centro della scena e

intona *Changes*. Il suo abbigliamento cita uno dei *look* bowiani più noti del biennio '72-'73: una cappa bianca con ideogrammi giapponesi e una capigliatura color carota. Sul *riff* iniziale del brano *Ziggy Stardust*, due ballerini le tolgono la mantella, svelando un boa di piume rosa e una tuta bianca che ricorda quelle indossate da Elvis Presley durante i suoi *show* a Las Vegas. Da qui in poi è tutto un tripudio di coreografie, tastiere animatroniche, proiezioni di fondo dalle suggestioni Warholiane, fino alla sequenza finale in cui appare il viso di Jones avvolto da una colorata nebbia siderale.

La performance è interamente ideata e progettata da Gaga, la quale ha sempre insistito sul proprio debito nei confronti dell'orizzonte icono-performativo bowiano. Più di tutto, però, l'esibizione si mostra paradigmatica del bagaglio di prestiti, riappropriazioni e *mash-up* che costituiscono la cifra immaginifica della cantante newyorkese. Una cifra evidentemente nutrita del "trionfalismo visionario ed eccessivo della pop music americana" (Alfieri 2018, 662), ma che allo stesso tempo raccoglie il testimone di una più lontana tradizione, quella debordante, barocca, trasformista e spettacolare che proprio Bowie contribuì ad architettare nei primi *Seventies*.

Ci riferiamo all'estetica del *glam rock*, sviluppatasi dapprima nella scena musicale inglese per poi essere traghettata, durante gli anni Ottanta, negli Stati Uniti (Reynolds, 2016). È in questo contesto geografico e dopo il passaggio per diversi anelli di congiunzione – tra cui Prince e Madonna – che riemerge infine nella *pop music* degli anni Duemila, in una nuova versione *millennial* rappresentata da Lady Germanotta. Il nome d'arte scelto dalla cantante è d'altronde una rivendicazione di appartenenza alla tradizione *glam*, con l'esplicito rimando ad uno dei gruppi più illustri della categoria, i Queen, e al loro brano *Radio Ga Ga*.

L'albero genealogico di questa discendenza viene sapientemente tracciato da Philip Auslander in un saggio dedicato alla *popstar* newyorkese:

Although glam rock was pretty old news by 1975, the glam sensibility has remained influential in pop music [...]. Lady Gaga is one of the most important and visible performers to perpetuate the glam legacy within popular music today, not only in music but also in her approach to representing herself in all contexts. Gaga retains and even amplifies many of glam's aesthetic strategies [...] (Auslander, 2016, 194).

Le "strategie estetiche" a cui accenna Auslander sono state isolate dallo studioso in una monografia dedicata agli assetti performativi del cosiddetto "glitter rock". Benché il *glam* nasca all'interno del panorama rock, esso non si delinea, nella prospettiva di Auslander, come un genere definito da parametri stilistico-musicali univoci, ma riflette piuttosto un certo modo di pensare l'esibizione canoro-sonica, un tipo di formula performativa che può es-

sere condensata in due termini chiave: la *theatricality*, ossia la spettacolarizzazione dell'esibizione con tutto il suo portato di trasformismo eclettico, e il *gender-bending*, la (con) fusione dei generi sessuali perseguita attraverso una dirimpante modalità di scardinamento dei canoni vestimentari della rockstar (Auslander, 2006).

Secondo l'analisi socioculturale condotta da Auslander e, prima di lui, da Iain Chambers (1985), il "glitter rock" britannico si origina, agli inizi degli anni Settanta, quale replica ironica, volutamente patinata e artificiale, al rock psichedelico e al folk "impegnato" à la Bob Dylan. Questi generi musicali, rappresentanti di istanze provenienti dal mondo *hippy*, sono basati su una certa retorica dell'"autenticità", e forieri di aspirazioni anti-sistemiche rispetto al mercato discografico e all'industria culturale di massa. I *glam rockers* ne costituiscono l'antinomia: esaltano le fraseologie del *fake*, consegnano al pubblico l'eccesso dell'apparenza, producono *hit* da classifica. Nelle loro mani, il concerto diviene uno spettacolo, si offre – in senso etimologico – alla visione, con l'introduzione di un corredo di oggetti scenografici, l'utilizzo di un curato *light-design* e di inserti gestuali e/o coreografici. Se è vero che all'aspetto iconico dello *show* musicale avevano già dedicato attenzione nel decennio Sessanta gruppi quali i Pink Floyd, la differenza sostanziale risiede nel fatto che lì i musicisti aspiravano al dileguamento corporeo a favore del puro ascolto, mentre qui il perno concettuale è costituito da una marcata presenza del *frontman* e della *band*, da una maniera "drammatica" di abitare il palco e di interpretare i brani. Tuttavia, il connotato realmente distintivo della cultura *glam* risiede nell'utilizzo sistematico di capi di vestiario estrosi, da parte di cantanti che sono quasi tutti di sesso maschile. Le *paillettes*, le tute aderenti, le scarpe col tacco, i boa di piume entrano nei guardaroba dei *rockers*, insieme ad un *make-up* appariscente e alle capigliature tinte e stravaganti. La continua ricombinazione di tali elementi completa poi l'opera. Nell'adottare i codici del travestimento, i cantanti *glam* trasformano di fatto l'abito in un abito-di-scena: nella sfera dell'esibizione musicale dal vivo il confine tra indumento e

diversi *fashion stylists*. Oltre all'idea del concerto come messa in scena e alla variazione costante delle forme, dei tessuti e dei colori che racchiudono la materia carnale del performer, un altro aspetto del *glam* da considerare è la natura, per l'epoca deflagrante, del *gender play*: la proposizione di sessualità ambigue, sfuggenti si contrappone al machismo imperante tanto nell'ambiente specifico del rock "puro e duro", quanto nel più ampio contesto storico-sociale, fornendo immagini del maschile inedite rispetto al canone virile eteronormativo. Tuttavia, tale fluidificazione del binarismo di genere viene condotta sempre all'interno di un corpo che è un corpo *scenico*; il *cross-dressing* viene in questo senso proposto come esaltazione teatralizzata

delle caratteristiche comportamentali e vestimentarie del genere sessuale opposto, che in quel momento viene *performato* sul palco.

Basta pensare alla copertina dell'album bowiano *The Man Who Sold The World*, pubblicato nel 1970, che – nella sola edizione inglese – riproduce David Jones con lunghi capelli biondi e un abito da donna elaborato da Michael Fish. In posa languida da diva hollywoodiana o Venere preraffaellita – l'ispirazione iconografica rimanda di fatti a Dante Gabriel Rossetti – l'artista fa sfoggio di un gioco imitativo palesemente *drag* (fig. 2). Siamo insomma sempre nell'ambito dello *spettacolo*, a cui Bowie sta per introdurre il proprio pubblico nel corso di quel decennio.

2. Ch-ch-ch-ch-changes

Le oscillazioni da un'identità all'altra costituiscono la dimensione peculiare del procedere artistico bowiano. Le continue riterritorializzazioni sonore e la sperimentazione di diversi stili musicali si accompagnano all'attitudine al travestimento del proprio corpo performativo. Tale attitudine deriva certamente dal suo *humus* teatrale ma, nella lettura di Auslander, è il sintomo di una postura culturale spiccatamente *glam* che il cantante di Brixton conserverà per tutta la sua carriera, ben oltre il periodo propriamente "*glitter*".

In questa sede, analizzeremo le diverse morfologie assunte da Bowie nei concerti degli anni Settanta. Una rapida rassegna delle esibizioni che vanno dall'inizio a poco oltre la metà del decennio ci permette di constatare un'evidenza: più che trovarci di volta in volta di fronte ad una nuova *performance persona* – ovvero, nella definizione di Auslander, ad una presenza "that is neither a fictional character nor equivalent to the performer's 'real' identity" (2006, 4) – quelli che Bowie porta sul palcoscenico sono dei *personaggi* concepiti e disegnati secondo un tratteggio teatrale. I diversi Ziggy Stardust, Aladdin Sane, Halloween Jack e Thin White Duke posseggono ognuno un proprio *set* archetipico di vestiario, un'*attitude* corporea specifica, un repertorio di dichiarazioni pubbliche *off-stage* perfettamente rispondenti alla parte. A Ziggy, per esempio, Bowie assegna un profilo biografico preciso: a partire dal '72, egli racconta al pubblico di essere la manifestazione di una rockstar aliena, un messia pansessuale venuto a soccorrere la Terra dalla propria estinzione, prevista da lì a 5 anni. I suoi costumi, ideati dallo stilista londinese Freddie Burretti, comprendono tutine argentate o variopinte dall'aria "spaziale", in cui confluiscono la passione bowiana per la *science-fiction* e l'universo kubrickiano di *Arancia meccanica* (fig. 3). Le sue scarpe sono stivali da *wrestler*, sandali femminili o *platform boots*, i suoi capelli, una

chioma albicocca arruffata; la figura affilata, il viso imbiancato dal cerone, le sopracciglia sottili, restituiscono un'immagine a metà tra un Pierrot allucinato e un androgino ibrido sessuale. Le due ultime date del tour inglese connesso all'album *The Rise and Fall of Ziggy Stardust and The Spiders from Mars* (1972), diventano spettacoli multimediali denominati *The Ziggy Stardust Show*: immagini proiettate, un'area scenica articolata su più livelli attraverso scale e passerelle, sequenze coreografiche di danzatori vengono orchestrate per l'occasione dalla regia del vecchio maestro Lindsay Kemp (Pegg, 2011, 982-983).

Nel '73, con l'uscita del disco *Aladdin Sane* Bowie sovrappone poi alle sembianze di Ziggy quelle schizofreniche di *a-lad-insane* ("un ragazzo pazzo"), che nulla ha a che fare con il "saggio Aladino" del titolo. Durante il tour americano, arricchito da sequenze pantomimiche, numerosi cambi d'abito e l'utilizzo di maschere, le movenze del *frontman* si fanno più lascive, mentre l'acconciatura diventa una leonina criniera rossa. Il *make-up*, curato da Pierre La Roche – lo stesso truccatore del *The Rocky Horror Picture Show* – fa uso di rossetti metallizzati, ombretti prugna e oro, tratti spessi di *eyeliner* e fard marcato, associati ad un cerchio dorato disegnato sulla fronte e ad orecchini da donna pendenti (fig. 4). Lo stilista giapponese Kansai Yamamoto rifinisce questo nuovo ruolo con una collezione sartoriale ispirata al teatro kabuki: tute dai materiali sintetici e lucidi si alternano a cappe voluminose e kimono di seta con stampe dalla foggia orientale (Carbone, 2017).

Nel '74, insieme al mondo distopico di *Diamond Dogs*, fa la sua comparsa Halloween Jack, *alter-ego* dal piglio arrogante, fornito ora di benda piratesca, foulard a pois e stivali col tacco, ora di *oufits* vagamente marinaireschi. A *Station to Station* (1975) è correlata l'incarnazione successiva di Bowie, il Sottile Duca Bianco, una figura aristocratica dalle inquietanti simpatie naziste, che sembra rievocare, con le sue pose algide, i capelli impomatati, i completi eleganti – pantaloni a pieghe, camicie bianche, panciotti – l'atmosfera del cabaret (fig. 5). Quest'ultima *persona* tradisce un ulteriore legame con l'arte drammatica, attraverso il rimando ad un *character* addirittura shakespeariano: lo spodestato Duca di Milano che è il Prospero de *La tempesta* (Martino, 2017, 86).

A ben guardare, tuttavia, pur essendo la modalità compositiva adottata quella del personaggio, le creature bowiane non sono intese dal proprio demiurgo secondo un'ottica mimetica: sono personaggi straniati, maschere autocoscienti, esibizioniste della propria natura finzionale. In un'intervista tarda, parlando del suo lavoro di *performer* musicale, Bowie indicherà non a caso Brecht come una delle sue maggiori influenze:

[...] there's another attitude that's very much a part of what I do as a musician and performer. Brecht... [...] Bertolt Brecht believed that it was impossible for an actor

to express real emotion in a natural form every night. Instead, you portray the emotion symbolically. You don't try to draw the audience into the emotional content of what you're doing, but give them something to create their own dialog about what you're portraying. You play anger or love through stylistic gesture. The voice doesn't rise and fall and the face doesn't go through all the gambits you would portray as a naturalistic actor. [...] I've done that an awful lot throughout my career. A lot of what is perceived as mannered performance or writing is a distancing from the subject matter to allow an audience to have their own association with what I'm writing about. That comes straight from Brecht [...] (Bowie in Gore 1997).

David Jones costruisce dunque il suo percorso di cantante- interprete “in termini di distacco ironico rispetto a ogni sua singola performance”, comunicando al pubblico, con una intenzionalità sempre leggibile, come il suo modo d'essere sul palco corrisponda al “recitare una parte, una performance da decostruire” (Martino, 2017, 41). È esattamente questo l'atteggiamento della cultura *glam* e della sua scena musicale “plastificata”. Una scena nella quale, come dirà un altro dei protagonisti dell'epoca, Brian Eno, “all of those bands [...] were turning round towards the audience and saying, ‘We are doing a show’” (Eno in Hoskyns, 1998).

3. Gaga-chameleon

Ascesa nel corso di un solo biennio allo *stardorm* planetario, Lady Gaga ha mantenuto dal 2008 ad oggi un ruolo egemonico nel panorama discografico pop. All'interno di un complesso sistema mediale, in cui i principali mezzi di veicolazione della musica e dell'*immagine* musicale sono costituiti dai *social network* e da YouTube, la cantante simboleggia “one of the key figures carrying the glam torch into the twenty-first century” (Auslander, 2016, 182). Lady Gaga estremizza i codici estetici del *glam* in primo luogo estendendo l'idea di “costume” ad ogni aspetto della propria vita pubblica. Che si tratti di un concerto, un'intervista, un passaggio sul *red carpet*, un videoclip, un programma televisivo, un evento di gala, la Germanotta si presenta come un mutaforma dalle fattezze corporeo-facciali in continuo divenire. Si può affermare, in effetti, che i travestimenti eccentrici e bizzarri ne contraddistinguono la “star personality” (Frith, 1996), rendendola allo stesso tempo riconoscibile nella percezione comune quale vera e propria *fashion icon*. Forte di un legame privilegiato con numerose case dell'alta moda, per le quali ha anche occasionalmente sfilato, Gaga è sia “an incendiary force [...] within the fashion world”, sia una performer “who uses fashion and dress in highly inventive ways” (Gray e Rutman, 2014, 44). A differenze

delle celebrità che sfoggiano sul *red carpet* un determinato abito di *haute couture*, Gaga utilizza i segni vestimentari in maniera creativa e con un forte senso della teatralità, rendendo sfumata la linea di demarcazione “between costume and fashion”. Da un lato, la cantante ingloba la moda nel contesto dell’esibizione musicale, dall’altro è ella stessa produttrice di pratiche sartoriali. Molti dei suoi *look* vengono infatti pensati all’interno della sua *factory* – la Haus of Gaga – luogo di convergenza di tutte le personalità creative coinvolte nella messa in scena della sua identità pubblica e delle sue performance musicali (stilisti, costumisti, scenografi, *make-up artists*, coreografi, ballerini...).

Tutto contribuisce alle diverse costruzioni immaginifiche della *persona* Gaga, sia sul palco che *off-stage*: il trucco ne ridisegna continuamente i tratti facciali, spesso alterandoli in senso deformante; la capigliatura si mostra ogni volta di colore, acconciatura e taglio diverso, anche grazie all’utilizzo di parrucche. Un vasto assortimento di accessori stravaganti viene abbinato ai vari *look*: occhiali da sole (celebri quelli ideati dalla Haus of Gaga per il video di *Telephone*, composti da un *assemblage* di sigarette accese), calzature (dai vertiginosi “armadillo” *boots* di Alexander McQueen alle scarpette da punta alte 45 centimetri indossate durante le performance di *Marry The Night*), cappelli (le fantasiose creazioni di Philip Treacy in forma di bouquet floreali, telefoni, aragoste, scaglie argentate). Neanche gli strumenti musicali sono esenti dal mascheramento: tralasciando le *keytar* inscritte in strutture a piramide o in foggia di cavalluccio marino, lo strumento preferito per le esibizioni acustiche, il pianoforte a coda, viene ora incendiato, ora ricoperto di piume, ora disegnato come un ragno dalidiano sospeso a 9 metri d’altezza. Per quanto riguarda gli abiti indossati sul palcoscenico, frequentissimo è l’utilizzo di costumi-scultura che deformano la *silhouette* e le dimensioni del corpo (ad esempio, l’ufo tridimensionale creato da Paco Rabanne per la sua esibizione agli MTV Europe Music Awards, 2011), o costumi “meccanici” che si aprono e si trasformano all’improvviso (il living dress ideato dall’Adam Wright Studio per il Monster Ball Tour del 2010), abbinati a mezze maschere, corna, ali, tentacoli.

La *theatricality* investe ogni ambito dell’essere performativo-musicale di Gaga, e si esprime in particolare negli *show* pensati per i tour. Se è vero che la spettacolarizzazione del concerto è un tratto comune a tutto l’orizzonte contemporaneo, quella che emerge dalle sue dichiarazioni è però una sensibilità decisamente teatrale: “The theatrics and story elements are in the style of an opera”, dice a proposito del Monster Ball Tour (Lady Gaga in Kreps, 2010), una “pop-electro opera” con un preciso *storytelling* drammaturgico che abbina ad ogni canzone un cambio di costume e determinati *props*. Lo stesso tipo di sensibilità emerge nel modo di pensare lo spazio e il tempo

scenico, con la divisione in “atti”: “We have to transform that space to feel like eight different acts throughout the entire show” (Lady Gaga in Montgomery, 2009).

Ma è in occasione delle varie *kermesse* afferenti al mondo discografico che emerge la concezione dell’esibizione musicale quale (micro)azione teatrale. Agli MTV Music Awards del 2009, alla fine del brano *Paparazzi* il body indossato dalla cantante comincia a stillare sangue finto, mentre ella inscena la propria “morte per la fama”, velatamente allusiva della tragica sorte toccata a Lady Diana (ma anche, in parte, a Marilyn Monroe). L’intento metadiscorsivo della canzone, con il riferimento al ruolo della *celebrity*, si esplicita dunque sul palcoscenico, dando corpo a quella modalità autoriflessiva che percorre diversa parte della sua produzione musicale (Deflem, 2017).

La performance di *Applause* eseguita nel 2013 sempre nella cornice dei Video Music Awards, rappresenta poi un saggio di *trasformismo* propriamente detto: grazie all’aiuto dei ballerini che le infilano parrucche e abiti a strappo e la truccano in maniera estemporanea, Gaga effettua cinque rapidi cambi di costume nel lasso temporale di una canzone (fig. 6).

Alla 53esima edizione dei Grammy Awards (2011) la Germanotta fa invece il suo ingresso prima sul *red carpet* e poi sul palcoscenico nascosta all’interno di un gigante uovo madreperlaceo – realizzato dallo stilista Hussein Chalayan – che viene trasportato a spalla da alcune ballerine. La figura dalle sembianze androgine che ne esce è la Gaga-Mother Monster protagonista del videoclip di *Born This Way*: nell’audiovisivo, un monologo in *voice-over* racconta del territorio extraterrestre GOAT e di come vi si origini una nuova “race of humanity” priva di pregiudizi. È proprio *Born This Way* il brano cantato in questa occasione, con una performance che lega drammaturgicamente il *concept* dell’album omonimo (l’idea di una palingenesi) all’assetto scenografico (un uovo-grembo). Le fattezze corporee di Gaga, rese innaturalmente spigolose da protesi applicate sulle spalle e sulle guance e da un costume in latex disegnato da Nicola Formichetti per Mugler, rimandano alla natura aliena di Mother Monster, così come la posa-simbolo del suo mondo di *freaks*, una mano semichiusa tesa verso l’alto (fig. 7).

Se Mother Monster potrebbe esprimere il profilo di una creatura a sé stante rispetto ai tanti volti della *popstar*, in realtà essa va letta come l’ennesima declinazione di una *arci-persona* che altri non è se non l’identità artistica di Stefani Joanne Angelina Germanotta, vale a dire *Lady Gaga*. Le differenti angolature mostrate dalla cantante non intendono assumere lo spessore che abbiamo riconosciuto nei ruoli performati da David Bowie nell’arco degli anni Settanta: sono rifrazioni sincroniche di un unico sé performativo, agito secondo prospettive multiple.

Eppure, la collezione di ritratti-immagine disegnati dalla *popstar* comprende un esemplare che è possibile ascrivere alla categoria del personaggio. Si tratta di Jo Calderone, *alter ego* maschile presente nel video di *You and I*, in cui bacia una Gaga-ragazza di campagna un po' *naïve*. In realtà, Jo compare per la prima volta sulla copertina di *Vogue Hommes Japan*, spacciato per un modello *sui generis*. Il servizio fotografico contenuto nel numero Autunno/Inverno 2010 della rivista ne ricostruisce anche la *backstory*: è un meccanico italoamericano che ama le “muscle cars” e ha iniziato una relazione con Lady Gaga. Qualche mese dopo, con imbarazzo e sconcerto delle celebrità sedute in sala, la Germanotta apre la serata degli MTV VMA-2011 proprio con il personaggio di Jo. Fumando in maniera nervosa, questo entra in scena con indosso una t-shirt bianca richiamante il *look* di James Dean, un completo scuro giacca-pantaloni leggermente *oversize* (firmato Dior), una parrucca alla Danny Zuko di *Grease*, e un *contouring* facciale virile ottenuto grazie all'uso del *make-up* (fig. 8). Prima dell'esecuzione di *You and I*, Joe intraprende un monologo di 4 minuti nel quale disquisisce della sua *girlfriend* e dei loro rapporti sessuali. Il ruolo viene fortemente caratterizzato dalla Germanotta, che lo dota di una voce arrochita e aggressiva, un accento da italo-americano del New Jersey, una gestica plateale e nevrotica, delle movenze a scatti; tutti elementi preservati anche durante le parti cantate, ballate e suonate al pianoforte – inondato da una bottiglia di birra – del brano posto a chiusura del parlato. Analizzando la performance, ci si rende conto di come l'atteggiamento, i tratti e i movimenti di Joe appaiano iperbolicamente ed esageratamente maschili, così come l'interpretazione del *vocal*, che prevede non solo l'insistenza di Gaga sui propri toni contraltili, ma anche l'aggiunta di enfatici ringhi e ruggiti. Quello che la Germanotta sta mettendo in scena non è insomma il ruolo *credibile* di un uomo, bensì “a personification of male gender stereotypes” (Humann, 2012, 74): è un ruolo di *drag king*, un esercizio di stile dissacrante in perfetta sintonia con i meccanismi performativi del *glam*, e di Bowie in particolare. Ritroviamo infatti sia il gioco provocatorio del *gender-bending*, qui operato a parti inverse, sia l'intento parodistico teso a dichiarare quale *rappresentazione*, finzione non illusiva, quella messa in atto. Esemplificativa di tale dinamica, è la battuta finale con cui Calderone chiude il monologo: “And she [Gaga] says to me: ‘Joe, I’m not real, I’m theatre. And you and I... this is just rehearsal’”.

Riferimenti bibliografici

Alfieri A. (2018), *Lady Gaga. La seduzione del mostro. Arte, estetica e fashion nell'immaginario videomusicale pop*, Arcana, Roma.

- Auslander P. (2006), *Performing Glam Rock. Gender and Theatricality in Popular Music*, The University of Michigan Press, Ann Arbor.
- Auslander P. (2016), *Twenty-First-Century Girl: Lady Gaga, Performance Art, and Glam*, in Chapman I., Johnson H. (eds.), *Global Glam and Popular Music: Style and Spectacle from the 1970s to the 2000s*, Routledge, London.
- Carbone M. (2017), *The look of the Duke: un mosaico di stili e tendenze nella figura di David Bowie*, in Amndola A., Barone L., a cura di, *Far Above the World. David Bowie tra consumi culturali e analisi del discorso*, Areablu, Cava de' Tirreni.
- Chambers I. (1985), *Urban Rhythms: Pop Music and Popular Culture*, MacMillan, Basingstoke.
- Deflem M. (2017), *Lady Gaga and the Sociology of Fame. The Rise of a Pop Star in an Age of Celebrity*, Palgrave Macmillan, New York.
- Frith S. (1996), *Performing Rites: On the Value of Popular Music*, Harvard University Press, Cambridge-MA.
- Gore J. (1997), *Bowie & Gabrels. Does Techno Need Guitar?*, "Guitar Player", 2, June.
- Gray S., Rutnam A. (2014), *Her Own Real Thing. Lady Gaga and the Haus of Fashion*, in Iddon M., L. Marshall M. (eds.), *Lady Gaga and Popular Music: Performing Gender, Fashion, and Culture*, Routledge, New York.
- Hoskyns B. (1998), *Glam! Bowie, Bolan and the Glitter Rock Revolution*, Pocket Books, New York.
- Humann H.D. (2012), *What a Drag. Lady Gaga, Jo Calderone and the Politics of Representation*, in Gray R.J. (ed.), *The Performance Identities of Lady Gaga: Critical Essays*, McFarland & Company, Jefferson.
- Martino P. (2017), *La filosofia di David Bowie. Wilde, Kemp e la musica come teatro*, Mimesis, Milano-Udine.
- Nelligan K., Giuffre L. (2018), *A Tale of Two Tributes: Bowie Remembered at the Grammys and the Brit Awards*, "Contemporary Music Review", 37, 3, 235-256.
- Pegg N. (2011), *The Complete David Bowie. Expanded and Updated Sixth Edition*, Titan Books, London [ePub edition].
- Reynolds S. (2016), *Shock and Awe: Glam Rock and Its Legacy, from the Seventies to the Twenty-first Century*, Harper Collins, New York.

Sitografia

- Kreps D. (2010), *Lady Gaga Amps Up "Electro-Opera" Monster Ball for Arena Tour*, www.rollingstone.com/music/music-news/lady-gaga-amps-up-electro-opera-monster-ball-for-arena-tour-81893/, consultato il 21 novembre 2018.
- Montgomery J. (2009), *Lady Gaga reveals details of revamped Monster Ball Tour for 2010*, www.mtv.com/news/1628689/lady-gaga-reveals-details-of-revamped-monster-ball-tour-for-2010/, consultato il 21 novembre 2018.

6. Cucire l'immaginario. Arte e moda alla prova dell'ibridazione dei linguaggi

di Maria Giovanna Mancini

Abstract

Since the first cover of the magazine «Artforum» dedicated to the fashion designer Miyake, the relationship between fashion design and contemporary art has had several unexpected outcomes and collaborations. Through the study of some occasions in which the mutual alliance between contemporary art and fashion design has been institutionalized and presented to the general public, this essay aims to analyse the assimilation of the couturier to the role of the artist. But, what happens when either haute couture or contemporary art give way to new forms of art and fashion dominated by the global market?

Introduzione

La relazione tra la produzione artistica e il *fashion design* è stata molteplice, ricca di scambi, prestiti e collaborazioni. Nonostante vi sia da ambo le parti un mercato specifico, apparentemente impermeabile all'ibridazione delle forme e dei generi, conservatore per quanto riguarda l'aggiornamento radicale della "merce", il confine tra arte e moda è sempre più spesso indecifrabile. La performatività del momento espositivo delle collezioni di moda, sempre più accentuata sia per quanto riguarda le realtà museali monograficamente dedicate a storici marchi di successo (valgano da casi esemplari i musei di Yves Saint-Laurent a Parigi e a Marrakech) sia per quanto riguarda lo spettacolo della sfilata, assottiglia repentinamente la distanza tra la moda e le forme teatralizzate e spettacolari dell'arte. L'arte, dal canto suo, assume dal *fashion design* emblematiche effigi: si pensi all'uso di abiti coloniali realizzati con tessuti africani nelle opere dell'artista londinese-nigeriano Yinka

Shonibare oppure alle sapienti scelte dei costumi nelle recenti opere dell'artista sudafricano William Kentridge oppure la ricercata eleganza delle atmosfere ritratte nei film di Yang Foudong. Studiare le relazioni tra arte e moda potrebbe adottare diversi modelli di indagine, uno più legato al confronto tra oggetti specifici, uno invece indirizzato allo studio delle funzioni sociali delle opere d'arte e dei capi di vestiario a partire comparativamente dalle rispettive specificità linguistiche indirizzando la ricerca a capire gli effetti e l'incisività dei fenomeni sull'ambiente culturale e sulla circolazione all'interno della società contemporanea. Nel caso di indagini ispirate ai metodi della sociologia torna infatti utile, come suggerito da Bruno Latour, sostituire agli strumenti "duri" della tradizionale indagine sociologica quelli aggiornati e interdisciplinari della Actor-Network-theory che privilegia l'idea che i fenomeni avvengano su un piano di relazioni i cui significati e gli effetti si articolano secondo nessi interrelati di reciprocità (Latour, 2005, 44-45). La relazione assume un significato importante nell'analisi dei fenomeni che non sono necessariamente sociali, ma che per gli effetti ottenuti possono diventarlo. Da questa prospettiva sarebbe interessante studiare il rapporto tra arte e moda, non tanto per verificare i prestiti e gli scambi tra i diversi ambiti, ma piuttosto per verificare come la contiguità tra i due linguaggi, nelle sue declinazioni più istituzionalizzate o *mainstream*, quanto in quelle più sperimentalmente innovative e *underground*, contribuisce in modo massiccio a costruire non solo il gusto ma soprattutto l'immaginario collettivo che costituisce il paesaggio culturale che abitiamo quotidianamente. In questa direzione appare interessante lo studio del fenomeno della moda nel contesto più ampio della produzione di oggetti come fenomeni culturali proposto dalla mostra e dal ricchissimo catalogo a cura di Maria Luisa Frisa e Stefano Tonchi per la Fondazione Pitti Immagine nel 2004 *Excess. Moda e underground negli anni '80*. Individuando le matrici delle trasformazioni del *lifestyle* – non solo della moda – nella cultura *underground* che ha alimentato, allo stesso tempo, anche la produzione artistica, Maria Luisa Frisa chiarisce il portato radicalmente innovativo di quegli anni che costituisce il presupposto culturale da cui necessariamente partire in un'indagine sui rapporti tra arte contemporanea e moda. Nell'Italia in cui "esplode il culto dell'immagine – scrive Frisa – la moda democratica offre alla donna gli strumenti per percorrere tutte le strade che lei deciderà di affrontare, la moda che non è solo abiti ma che è già *lifestyle* entra prepotentemente nella definizione dei caratteri degli individui" (2004, 123).

1. Distant viewer

Quali sono, quindi, gli strumenti di analisi con cui poter studiare le relazioni tra fenomeni contigui quali l'arte e la moda in un contesto culturale globalizzato? Un'analogia suggestiva tra arte e moda va rintracciata nella considerazione che sia l'arte che la moda si realizzano in un sistema complesso e articolato di istituzioni, luoghi e fasi che vanno dal momento della produzione a quello della circolazione degli oggetti e da una molteplicità di pubblici che, in modi differenti, fruisce sia la moda che l'arte. Tale analogia non mira all'identificazione dei due fenomeni ma piuttosto ne individua le contiguità e gli scarti, molto più utili rispetto alle definizioni normative. Similmente a quanto accade all'arte nel cosiddetto *Artworld* (Danto, 1964), cioè l'ampia cornice istituzionale che contribuisce ad attribuire alle pratiche estetiche il valore specifico di artisticità, anche per la moda il pubblico è plurimo. Infatti, all'oggetto desiderabile sia d'arte sia di moda, si rivolgono svariati soggetti che non possono essere identificati esclusivamente con il collezionista o annoverati tra i *fashion addicted*. Nell'osservazione distante e ravvicinata delle produzioni artistiche e della moda potrebbe tornare utile l'idea, sviluppata da Franco Moretti (2013) a partire dalla prospettiva della letteratura comparativa, di una nuova metodologia di analisi della letteratura mondiale attraverso l'introduzione del concetto del *distant reader*. La proposta di Moretti ha come obiettivo la messa in discussione del canone della storia della letteratura e, più in generale, del discorso ideologico sulle arti, attraverso l'uso degli strumenti digitali e mediante il ribaltamento dello sguardo ravvicinato all'oggetto di studio che per tradizione è il metodo adottato dalle discipline storicistiche e filologiche. In tal modo egli avanza la proposta di un nuovo metodo di ricerca che tiene in considerazione non solo il testo, ma soprattutto le relazioni tra i singoli nodi di un network culturale, visibili esclusivamente a uno sguardo distante. Partendo quindi dall'idea che l'osservazione distante è una forma effettiva di conoscenza che evidenzia le relazioni tra i fenomeni, Moretti (2007) conduce un'analisi quantitativa dei dati servendosi di *maps*, *graphs* e *trees* senza trascurare il dibattito sulla struttura che aveva informato la riflessione metodologica delle discipline storiche alla fine degli anni Settanta.

La contiguità tra arte e moda, al di là di una difficile definizione comparativa che di recente è stata oggetto di uno sforzo teorico collettivo (Pedroni e Volontè, 2012), potrebbe giovare dell'uso di metodi che mettono a valore le relazioni e gli scarti, piuttosto che stabilire griglie normative facilmente disattese dai fatti. Una distinzione tra le figure, in radicale e costante trasformazione, del cosiddetto creativo che lavora nel campo della moda e quella dell'artista, ha alimentato il dibattito recente in Italia (Calò e Scudero, 2009;

Pedroni e Volontè, 2012), utile a ricostruire i passaggi storici che costituiscono un'eredità della condizione attuale. Va però tenuta nella giusta considerazione l'idea che i contesti ufficiali dell'arte e della moda sono, anche se in modo incostante, ricettivi delle tendenze che provengono da realtà informali che con un'accelerazione costante oggi si affermano attraverso i canali virtuali di comunicazione. È interessante che nella ricognizione degli studiosi Pedroni e Volontè il riferimento ai temi quali la legittimazione della moda, gli aggiornamenti di linguaggio, le novità delle forme comunicative, le differenze tra le proposte *mainstream* e quelle più sperimentali, è operato tutto all'interno della moda (Pedroni e Volontè, 2014, 212). In questo senso risulta interessante individuare le occasioni in cui gli scambi, i prestiti e le collaborazioni, travalicando gli ambiti specifici, contribuiscono se non a modificare il sistema disciplinare a costruire l'immaginario collettivo in cui la convergenza della moda e della produzione di immagine e di arte hanno un ruolo determinante.

È noto che Roland Barthes, nel celebre articolo apparso su *Critique* nel 1959, a partire dalle ricerche di fonologia, riflettendo intorno alla moda come un sistema di segni complesso, con un suo portato simbolico che necessita di essere pensato nel senso di una declinazione di un *mito* odierno, distinguesse, secondo il modello saussuriano di *langue* e *parole*, tra costume e abbigliamento. Come primo termine dell'equazione vi è "l'istituzione sociale" mentre come secondo termine "l'atto individuale" (Barthes, 2006, 15) per cui l'abbigliamento sarebbe solo un'attualizzazione, temporanea e individuale, dell'istituzione sociale. Viene a distinguersi una fenomenologia dell'abbigliamento e una del costume, quest'ultima costituirebbe più propriamente l'oggetto di studio dei sociologi. Inoltre, in tale costruzione, gerarchicamente strutturata sui due termini, per dedurre i significati correnti non basterebbe un'analisi *lessicale*, bensì sarebbe necessaria una *sintattica*. Va da sé che in tale condizione, riprendendo la distinzione strutturalista tra fonetica e fonologia, i significati non risiedono, secondo la prospettiva semiologica di Barthes, nell'elemento singolo – un singolo abito per esempio – piuttosto in unità significanti: "vere e proprie funzioni, opposizioni, distinzioni o congruenze, del tutto analoghe alle unità della fonologia" (Barthes, 2006, 35). Tale distinzione strutturalista è utile per il semiologo francese a chiarire che nel costume, nella nozione di *vestmentario*, e non la singola forma, è da considerarsi socialmente *significante* (Barthes, 2006, 23).

Da questa prospettiva teorica la recente proposta dei *fashion designer* Alessandro Michele e Demna Gvostalia che con palesi riferimenti alle forme dell'arte contemporanea assume i toni del rifiuto della relazione tra costume e vestito, come *langue* e *parole*, con cui Barthes studia la moda come segno

linguistico. Piuttosto entrambi si concentrano prima sul vestito. Demna Gvestalia, diplomatosi alla *Royal Academy of Fine Arts* di Antwerp, ha scalato repentinamente l'anonimato prima con il successo del marchio Vetements, firma collettiva, e poi diventando il direttore creativo di Balenciaga. Riferendosi esplicitamente ad un'estetica del repellente, rifiutandosi programmaticamente di produrre eleganza di cui non sa che fare, Demna Gvestalia veste il suo pubblico di t-shirt, borse da grande magazzino, felpe e parka che sembrano provenire da un mercatino dell'usato. Vicino per gusto e per stile a una giovane generazione di pittori che si è formata nelle accademie internazionali nell'ultima decade, dove riferimenti a immagini del quotidiano si mischiano a segni infantili e ad atmosfere squallide, Demna Gvestalia recentemente ha dichiarato:

What is different about my point of view is pragmatism, the fashion world isn't the real world and my aesthetics is a kind of hyperrealism. I am not interested in trying to live in some kind of dream. I'd be bored to death (Cartner-Morely, 2018).

Nell'ultima sfilata parigina della collezione estiva di Balenciaga la collaborazione tra arte e moda ha creato uno spazio immersivo e molto più di un palcoscenico dove hanno sfilato i modelli. La collaborazione tra il direttore creativo e l'artista John Rafman ha creato un lungo tunnel di schermi led e trasformato lo spazio e il tempo della passerella in un'esperienza unitaria e totale.

Di segno differente è la proposta di Alessandro Michele che dopo aver lavorato, lontano dal clamore pubblico, per ben 12 anni per Gucci ne è diventato il direttore creativo nel 2015. La sfilata in cui ha presentato la collezione autunno inverno 2018/2019 è stata preannunciata da un invito che consisteva in un timer che recava l'avvertimento "Parental Advisory Explicit Content". L'ambiente in cui è stata presentata la sfilata era stato trasformato in una sala operatoria con tanto di lettini e lampade e il pubblico era accomodato sulle sedie di plastica tipiche delle sale d'attesa ospedaliere. La collezione presentava accostamenti incongrui di gioielli e passamontagna, tessuti preziosi e copri-capo eccentrici, i modelli e le modelle si accompagnano a modellini realistici di draghi, camaleonti e teste mozzate. La similitudine con la pratica artistica per l'accostamento di elementi incongrui suggerisce la sensazione di aver già visto la scena altrove, eppure risulta essere solo un'assonanza per la costruzione di uno scenario realistico e assurdo allo stesso tempo. Secondo Alexander Fury, giornalista tra i più influenti della stampa di settore, che ha intervistato in una doppia e inusuale intervista i due designer, la ragione e la cifra stessa del loro successo risiede nel fatto che la

loro proposta “veste” il pubblico poichè concepiscono i loro abiti come creazioni individuali: “They’re clothing people, not “fashioning” them. The collections themselves include countless styles, worn every which way” (Fury, 2016).

Al di là delle innovazioni specifiche del linguaggio che il lavoro di entrambi i designer ha come risultato evidente, la loro proposta pensata a partire dagli abiti, ma che non si esaurisce in essi, appare per le procedure, per il gusto e per le immagini che veicolano contigua ad alcune proposte artistiche contemporanee, contribuendo ad alimentare se non a creare un gusto contemporaneo che tanto nell’arte quanto nella moda trova alimento. Più che di contiguità nel caso dei giovani designer di successo delle maison tra le più influenti nel panorama attuale si può avanzare l’idea di una totale ibridazione dei linguaggi che comunque, a differenza di quanto è accaduto nel campo artistico a partire dagli anni Sessanta, in un susseguirsi repentino di eventi sul fronte della smaterializzazione dell’opera a vantaggio di forme immateriali, nella moda non sembra aver messo in crisi la forma-merce. È addirittura possibile individuare alcune date in cui questa mutua alleanza tra arte e moda si è istituzionalizzata e presentata al grande pubblico: nel febbraio del 1982 la rivista *Artforum* pubblica la prima copertina dedicata al *fashion design*, segue nel 1983 la prima retrospettiva di Yves Saint-Laurent al Metropolitan Museum di New York.

2. La moda nel sistema dell’arte

La pubblicazione della prima copertina della rivista *Artforum* con l’immagine di una modella che indossa un abito di Issey Miyake nel febbraio del 1982 costituisce l’istituzionalizzazione di tale dialogo e la tappa pubblica di un processo di acquisizione da parte dell’*Artworld* dei linguaggi della moda. Nell’editoriale, firmato da Germano Celant e Ingrid Sischy, viene dichiarata la politica della rivista che per tradizione “non limita il suo territorio a un solo mondo visuale” piuttosto lavora alla reale definizione dell’arte nella consapevolezza che “i confini sono fluttuanti” (*Artforum*, 1982, 34). Molto chiaramente nell’editoriale viene adottata una prospettiva culturologica indirizzata a superare la distinzione canonica tra cultura popolare massificata e cultura sofisticata d’avanguardia prendendo come esempi pionieristici di tale tendenza Dali, Picasso e la stessa Pop Art. Affermando che l’arte espande progressivamente il proprio campo includendo linguaggi e forme altre, e persino “all aspects of merchandising of culture and the culturalizing of merchandise” gli editorialisti avanzano l’idea che ciò metterebbe in crisi i modelli tradizionali dell’arte aprendo a nuove procedure visive. Tale apertura

arriva, però, decisamente in ritardo rispetto al fermento culturale che ha caratterizzato la scena americana *underground* dalla metà degli anni '70; va anche sottolineato che l'aggiornamento dei metodi alla luce dei *cultural studies* era stato già largamente adottato da altre riviste di critica e teoria dell'arte tra cui è necessario citare almeno la rivista *October* che viene fondata nel 1976 da Rosalind Krauss e Annette Michelson proprio a seguito del loro allontanamento dalla rivista *Artforum* per motivi teorico-politici. L'aggiornamento delle posizioni critiche della rivista, oltre il dettato formalista che aveva informato le scelte editoriali di *Artforum* fino a quel momento, viene operato non tanto legittimando le forme radicali, transmediali, socialmente impegnate che caratterizzano molte esperienze artistico-radicali degli anni Ottanta newyorkesi, ma piuttosto inglobando il discorso della moda in quello generale dell'arte contemporanea. L'abito-scultura di Miyake ha la dignità di opera d'arte a tal punto che viene dedicato al suo lavoro una copertina e un lungo articolo. L'ingresso trionfale della moda nella rivista attraverso la pubblicazione dell'oggetto-merce-abito e della poetica del designer Miyake non smentisce affatto alcun caposaldo teorico formalista come, per fare solo un esempio, l'idea che la natura dell'arte risieda nella sua adesione al mezzo, anzi ciò può costituire al massimo una conferma. Riferendosi ai grandi maestri dell'avanguardia storica Greenberg aveva scritto nel celebre saggio sull'avanguardia e il kitsch del 1939: "L'emozione della loro arte – riferendosi ai maestri dell'avanguardia storica – sembra risiedere principalmente nell'interesse esclusivo verso l'invenzione e la sistemazione di spazi, superfici, forme, colori ecc., escludendo tutto ciò che non è necessariamente implicato in questi fattori" (2013). Senza alcun timore di incorrere in un errore, anche l'opera del *fashion designer* Miyake può essere sottoposta ad un'interpretazione che privilegia le scelte formali a scapito del portato teorico e persino politico delle arti. Senza sottovalutare l'innovativo punto di vista operato da *Artforum* e il successo in termini mondiali della sua proposta, va constatato che la legittimazione della moda come arte serve più a verificare la validità di un metodo che ad aprirlo all'alterità. Di questa stessa idea sembra essere Patricia Bickers che nel 2002 suggerisce di intendere il fenomeno di legittimazione della moda da parte del sistema dell'arte come un matrimonio di convenienza.

La Biennale della Moda di Firenze nel 1996 a cura di Luigi Settembrini, Germano Celant e Ingrid Sischy è uno dei casi esemplari e che, più di altri, sottolinea la dualità, oltre che la permutazione dei linguaggi, nel rapporto tra arte e moda. Costituita da sette grandi eventi che occupavano musei e spazi pubblici della città fiorentina, la Biennale ruotava attorno a due grandi mostre (*Arte/Moda* e *New Persona/New Universe*) a cui si affiancano eventi

satellite e le letture monografiche nella mostra *Visitors* a cura di Franca Sozzani. *Arte/Moda* occupava gli spazi del Forte di Belvedere attraverso le strutture allestitive di Arata Isozaki e proponeva il binomio artista-stilista affiancando i grandi nomi dell'arte a quelli della moda con esiti inaspettati e coppie non convenzionali, per esempio Miuccia Prada e Damien Hirst, Jil Sanders e Mario Merz, Azzedine Alaïa e Julian Schnabel con il risultato di presentare il lavoro in termini speculari che artisti e designer svolgono nei rispettivi campi. Qualche anno più tardi ripensando all'impresa fiorentina come banco di prova di una nuova modalità di lavoro Germano Celant scrive:

facendo prevalere il momento dell'unità e dello scambio rispetto alla distinzione e alla competizione, questa proposta tende a ripensare la ricerca in arte e in moda, come operazione e processualità pubblica analoga a quella delle attività scientifiche che affidano il risultato a lavoro di team (2008, 218).

A pochi anni di distanza dalla Biennale di Firenze, nel 2000 per la prima volta, sarà dedicata una ampia mostra monografica allo stilista Giorgio Armani al Guggenheim di New York con la curatela di Germano Celant, figura chiave nella storia internazionale degli scambi tra arte e moda. La rassegna itinerante presentata in cinque città è stata definita da Thomas Krens, allora direttore della "costellazione" Guggenheim, come una pietra miliare nella storia delle esposizioni poiché "was the first time that the entire career of a single designer was presented in a way comparable to a retrospective of any other fashion designs" (Krens, 2003). Nel corposo volume pubblicato in occasione della tappa berlinese ospitata presso la Neue National galerie con il progetto allestitivo di Robert Wilson, Germano Celant, pur affrontando questioni relative alle convenzioni arbitrarie di genere e al concetto della differenza, imposta il saggio di presentazione su una lettura che privilegia l'analisi linguistica, la classicità e il minimalismo dell'opera di Armani. Infatti, le grandi rassegne di cui è protagonista Celant – vero e proprio trait d'union tra i vertici dei sistemi dell'arte e della moda – e persino l'inaugurale copertina di *Artforum* costituiscono un ingresso della moda nell'arte per la via maestra dell'assimilazione dell'abito, inteso in termini statici (Saillard, 2004) all'opera d'arte intesa come oggetto autonomo dai contesti culturali e del couturier all'artista-*master*. Se, come suggeriscono Pedroni e Volontè la reale legittimazione della moda nel novero delle arti non è arrivata neanche con i grandi eventi fiorentini del 1996 (Pedroni e Volontè, 2012, 57), il rapporto tra arte e moda andrebbe pensato al di là della necessità di definirne i limiti secondo una modalità fluida.

La contiguità tra arte e moda, che diventa in alcuni casi paritaria collaborazione e in altri affinità di linguaggi, trova riscontro anche in un processo

di autocritica. Secondo una posizione tutta interna e organica al tradizionale sistema di produzione e diffusione della moda come bene di lusso Lidewij Edelkoort, famosissima *trend forecaster*, nel manifesto *anti-fashion* (Edelkoort, 2014) avverte del processo che ha già trasformato irrimediabilmente il sistema della moda. La moda intesa come *haute couture* è morta: secondo la studiosa dei trend futuri, il *fashion* è ormai un sistema obsoleto. La perdita della posizione centrale del *couturier*, che produce abiti-pezzi unici oggetto del feticismo collezionistico pari a quello che muove l'azione del collezionista d'arte, è il motivo centrale del manifesto di Lidewij Edelkoort. Tale processo ha spostato il focus del mercato e del sistema di produzione sull'abito, proprio su quel singolo atto individuale di cui parlava Barthes, in un modo radicalmente nuovo. Alla luce delle trasformazioni del sistema della moda e del sistema dell'arte sempre più dominato da scelte di mercato governate dagli algoritmi digitali, lo spazio di contatto tra arte e moda, e più in generale tra tutti i lavoratori dell'immaginario, sembra costituire un'alleanza necessaria al fine trovare nuove pratiche di de-assoggettamento dell'immaginazione.

Riferimenti bibliografici

- Artforum (1982), *Artforum*, 20, febbraio.
- Barthes R. (2006), *Il senso della moda. Forme e significati* dell'abbigliamento, Einaudi, Torino.
- Bickers P. (2002), *Marriage-à-la mode*, "Art Monthly", novembre, 1-4.
- Calò G., Scudero D. (2009), *Moda e arte: dal decadentismo all'ipermoderno*, Gangemi, Roma.
- Carter-Morley J. (2018), "I don't think elegance is relevant". *Vetements' Demna Gvasalia, the world's hottest designer*, "The Guardian", 6 febbraio, www.theguardian.com/fashion/2018/feb/06/i-dont-think-elegance-is-relevant-vetements-demna-gvasalia-the-worlds-hottest-designer, consultato il 10 novembre 2018.
- Celant G. (2008), *Artmix: flussi tra arte, architettura, cinema, design, moda, musica e televisione*, Feltrinelli, Milano.
- Celant G., Koda H., et al. (2003), *Giorgio Armani*, Guggenheim Museum Publications, New York.
- Danto A. (1964), *The Artworld*, "The Journal of Philosophy", 61, 19: 571-584.
- Edelkoort L. (2014), *Anti-Fashion*, www.edelkoort.com/, consultato il 10 novembre 2018.
- Frisa M.L., Tonchi S., a cura di (2004), *Excess. Moda e underground negli anni '80*, Charta, Milano.
- Fury A. (2016), *This Two Guys Are Changing How We Think About Fashion*, "The New York Time style magazine", 11 aprile, www.nytimes.com/2016/04/11/t-magazine/gucci-alessandro-michele-balenciaga-vetements-demna-gvasalia.html, consultato il 10 novembre 2018.

- Greenberg C. (2011), *L'avventura del modernismo. Antologia critica*, a cura di Di Salvatore G., Fassi L., Johan & Levi, Milano.
- Moretti F. (2007), *Graphs, Maps, Tree. Abstract Models for Literary History*, Verso, New York.
- Moretti F. (2013), *The Distant Reader*, Verso, New York.
- Pedroni M., Volontè P. (2012), *Moda e arte*, FrancoAngeli, Milano.
- Pedroni M., Volontè P. (2014), *Art seen from outside: Non-artistic legitimation within the field of fashion design*, "Poetics", 43: 102-119.
- Saillard O. (2004), *Il grande teatro della moda in Excess. Moda e underground negli anni '80*, Charta, Milano.
- Latour B. (2005), *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford University Press, Oxford.

Indice dei nomi

Abbéma, Louise
Abbot, McNeill
Adaloaldo
Adorno, Theodor
Agamben, Giorgio
Aganoor Pompilj, Vittoria
Agilulfo
Agrippa, Cornelio
Alboino
Aldobrandini, Elena
Alessio, Giovanni
Alfano, Giancarlo
Altmanova, Jana
Amendola Adalgiso
Amendola, Alfonso
Angeletti, Norberto
Antona-Traversi, Giannino
Anselmi, Domenico
Apollonio, Mario
Appendini, Francesco Maria
Araud, Margherita
Arienti, Carolina
Audisio, Gabriel
Azzara, Claudio
Baldi, Andrea
Baldwin Turnure, Arthur
Balma, Teodoro
Banger, Hans
Bänziger, Hans
Barberi Squarotti, Giorgio
Barbey d'Aurevilly, Jules Amédée
Bargagli, Girolamo
Barile, Laura
Barilli, Renato
Baroncini, Daniela
Barra, Francesco
Barthes, Roland
Basile, Giovan Battista
Bataille, George
Battisti, Carlo
Baudelaire, Charles
Baudrillard, Jean
Bauman, Zygmunt
Beardsley, Aubrey
Beckett, Samuel
Beerbohm, Max
Bellassai, Sandro
Bellini, Gioacchino
Beltramelli, Antonio
Benjamin, Walter
Benveniste, Émile
Benziger, Wolfram
Berruto, Gaetano
Bertelli Carlo
Bertinetti, Roberto
Bertoni Jovine, Dina
Bertschik, Julia
Bevilacqua, Michele
Bianchi, Giuliano
Biancolina
Biegman, Nicolaas
Billi, Mirella
Blanc, Charles
Blondel, Spire
Bolelli, Francesco
Bombi, Raffaella
Bonnaffé, Édourd
Bonvicini, Alberto

Bordiga, Cesare
Bosna, Vittoria
Bouthoul, Gaston
Bovone, Laura
Bracciotti, Annalisa
Brada
Braudel, Fernand
Brecht, Bertold
Bresciano, Adele
Bried, Charles
Briggs, Asa
Brofferio, Angelo
Brogiolo, Gian Pietro
Bruno, Marco
Byron George Gordon
Caimi, Nino
Calefato, Patrizia
Calvino, Italo
Campanini, Antonella
Camus, Albert
Caniato, Manuela
Capuana, Luigi
Capuzzo, Paolo
Carducci, Giosue
Carlo Alberto di Savoia
Carlo V
Carrarini, Rita
Casini, Marcello
Catalano, Gabriella
Catone, Antonella
Catricalà, Maria
Cavacchioli, Enrico
Celotti, Nadine
Centrella, Maria
Ceriani, Giulia
Challamel, Augustin
Chanelle, Gabrielle
Chaplin, Charles
Chauvie, Isabella
Chianese, Gloria
Chiasera, Chiara
Chirone, Vanna
Ciaccio, Renata
Ciccarelli, Roberto
Citro, Carmela
Clemente, Alida
Codeluppi, Vanni
Colbert, Jean-Baptiste
Colombo, Diana
Corbin, Alain

Corbucci, Gloria
Corday, Carlotta
Corinna
Cortelazzo, Manlio
Cortelazzo, Michele
Cortese, Isabella
Cosmai, Domenico
Costa, Lella
Costanzo, Giovanni Battista
Croce, Benedetto
Cumiperto
Curcio, Anna Maria
Curcio, Armando
Curti, Vittorio
Cynarska-Chomicka, Barbara
D'Achille, Paolo
D'Annunzio, Gabriele
D'Arienzo, Grazia
D'Atri, Stefano
D'Avanzo
Da Sera Domenico, detto il Franciosino
D'Annunzio, Gabriele
Dardi, Andrea
D'Asburgo-Lorena Maria Antonietta,
Davanzo, Poli Doretta
De Beauharnais, Josephine
De Brantôme, Pierre
De Cristoforis, Adriana
De Goncourt, Edmond
De Goncourt, Jules
De Mauro, Tullio
De Quincey, Thomas
De Récamier, Juliette
De Rojas, Fernando
De Stefanis, Gabriella
De' Medici, Caterina
Del Soldato, Camilla
Deledda, Grazia
Di Baviera, Elisabetta
Di Borbone, Luigi (Luigi XIV)
Di Borbone, Luigi (Luigi XV)
Di Borbone, Luigi Carlo (Luigi XVII)
Di Giacomo, Salvatore
Di Giorgio, Giuseppe
Di Savoia, Margherita
Diacono, Paolo
Didier, Charles
Diglio, Carolina
Dinić-Knežević, Dušanka
Disraeli, Benjamin

Commentato [FF126]: Correggere virgola

Donati, Claudio
Donizetti, Gaetano
Donna Bice
Donna Letizia (v. Rosselli Colette)
Donna Maria
Donzel, Madeleine
Dossetto, Danièle
Du Fresne-Canaye, Philippe
Einaudi, Costanzo
Eleonora, Regina
Elmichi
Ermelinda
Étiemble, René
Farinacci, Roberto
Favaro, Angelo
Ferrari, Curzia
Fidelia
Fidelia, Labruna
Filippini Fantoni, Achille
Fink, Guido
Fiore, Teresita
Fittà, Marco
Fleig, Anne
Fontaine, André
Fornoni, Stefania
Foucault, Michel
Franchini, Silvia
Frari, Angelo Antonio
Frisa, Maria Luisa
Frugoni, Francesco Fulvio
Füssli, Johann Heinrich
Gaby
Galimberti, Umberto
Gallelli, Rosa
Gamson, William
Garbini, Ferdinando
Garofalo, Damiano
Gasparri, Stefano
Gay, Victor
Gazzei Barbetti, Vittoria
Gazzetta, Liviana
Genet, Jean
Genoni, Rosa
Gentili, Dario
Gerritsen, Anne
Gianeri, Enrico
Gianini Belotti, Elena
Gibellini, Pietro
Gicca Palli, Fulvia
Gide, André

Gigli Marchetti, Ada
Giorcelli, Cristina
Giordano, Emilio
Giordano, Michele
Giorgio, Spini
Giostra, Caterina
Giovanardi, Claudio
Gnoli, Sofia
Goffman, Erving
Goldoni, Carlo
Gonzaga, Eleonora
Grandi, Roberto
Grisi, Giuditta e Giulia
Gualdo, Riccardo
Guarducci, Piero
Guarina, Camilla
Guercio, Giancarlo
Hauff, Wilhelm
Heidegger, Martin
Hepburne, Audrey
Hobsbawm, Eric J.
Hogarth, William
Honoré de Balzac
Horace Vernet, Émile Jean
Iaccio, Pasquale
Ingres, Jean-Auguste-Dominique
Innamorati, Isabella
Iyengar, Shanto
Jahier, Lamy
Janeković Römer, Zdenka
Jeanette
Jeziorkowski, Klaus
Jolanda, vedi Maciocchi Plattis Maria
Keller, Gottfried
Kelly, Grace
Kinder, Donald
Kurze, Wilhelm
Kybalová, Ludmila
La Valva, Maria Provvidenza
Lady Smart
Lampugnani, Agostino, pseudonimo di
Giovanni Sonta Pagnalmino
Lanza, Domenico
Latoda, Margherita
Lattanzi, Giuseppe
Léger, Jean
Lehman, Alice
Lemaire, Jean
Leone, Wilma
Leonelli, Nardo

Commentato [FF127]: De Balzac, Honoré?

Leopoldo I
Levi Pisetsky, Rosita
Lippi, Lorenzo
Liutprando
Lombardo, Ester
Longhi, Pietro
Lotti, Brunello
Lubello, Sergio
Lucchini, Egidio
Luigi, Filippo
Luperini, Romano
Lusuardi, Siena Silvia
Luzzato, Sergio
Lyotard, Jean-François
Macaluso Aleo, Giuseppe
Maciocchi, Plattis Maria
Maiello, Gisella
Majakovskij, Vladimir
Majer Rizzoli, Elisa
Mambelli Gavelli, Anna Maria
Mancini, Maria Giovanna
Mangone, Emiliana
Manzoni, Alessandro
Marazzi, Federico
Marazzini, Claudio
Margherita di Savoia, Regina
Mariano, Emilio
Marie de Pravielm
Marrone Gianfranco
Martin-Berthet, Françoise
Marx, Karl
Mascio, Antonella
Mastriani Francesco
Mattozzi, Ivo
Mead, Margaret
Meille, Ada
Melchionna, Rocca
Menis, Gian Carlo
Merlin, Lina
Messina, Filippo
Mezzana, Daniele
Migliori, Giovanna
Migliorini, Giuseppe
Milady
Milana, Iacopo
Molnár, Amedeo
Mondon, Anna
Montanile Milena
Morace, Aldo Maria
Moravia, Alberto

Moreau, Gustave
Moro, Renato
Morozzo Della Rocca Muzzati, Elena
Muller, Charles
Müller, Klaus-Detlef
Muston, Alexis
Muzzarelli, Federica
Muzzarelli, Maria Giuseppina
Napoli, Maria Consiglia
Neera
Negri, Ada
Nigro, Paola
Niklas-Salminen, Aïno
Ocofferri, Gerolamo
Oliva, Alberto
Orso, Enrico
Panicali, Anna
Papadia, Elena
Papuzzi, Alberto
Parca, Gabriella
Parmegiani, Alfonsi Mara
Parrella, Valeria
Pascoli, Giovanni
Pasolini, Pier Paolo
Pater, Walter
Pulicelli, Eugenia
Pece, Emanuela
Pelizzari, Maria Rosaria
Perniola, Mario
Petralli, Alessio
Petrillo, Maria Giovanna
Piazza, Antonella
Piccolomini, Alessandro
Pinto, Annemarie
Pirandello, Luigi
Plebani, Tiziana
Plecil, Giulia
Poiret, Paul
Polenghi, Simonetta
Pomel, Léger
Pons, Teofilo
Ponzi, Mario
Pourbus, Frans il Giovane
Pranzini, Vittorio
Praz, Mario
Proni, Giampaolo
Quatrano, Fabiana
Raimondi, Ezio
Rak, Michele
Razzi, Serafino

Redi, Francesco
Redon, Odilon
Reese, Stephen
Reinach, Pia
Revel, Marguerite
Revel, Paola
Ricci, Bianca
Ricciardi, Achille
Riello, Giorgio
Rimolo, Eleonora
Robustelli, Cecilia
Roche, Daniel
Rognoni Vercelli, Cinzia
Ronconi, Luca
Rosmunda
Rosselli, Amelia
Rosselli, Colette nata Colette Cacciapuoti
(alias Donna Letizia)
Rossi, Doria Anna
Rotari
Ruggerone Lucia
Sabbioni, Daniela
Salvagno, Laura
Salza Prina Ricotti, Eugenia
Sansovino, Francesco
Sapienza, Annamaria
Sartori, Luisa
Sartre, Jean Paul
Scalia, Gianni
Scaraffia, Giuseppe
Scaramella, Pierroberto
Schreiber, Christian
Sellerberg, Ann-Mari
Serao, Matilde
Servillo, Toni
Sforza, Caterina
Simmel, George
Sinisi, Silvana
Sobrero, Alberto
Sonzogno, Edoardo
Sorcinelli, Paolo
Spasiano, Antonio
Spedicato Murino, Iva
Steele, Richard
D'Atri, Stefano
Stimilli, Elettra
Supino, Iginio Benvenuto
Swinburne, Algernon
Tagliente, Giovanni Alberto
Taglioni, Maria

Tallien, Madame (pseud. di Cabarrus Thérèse)
Tarozzi, Fiorenza
Teodolinda
Térésah, vedi Ubertis Corinna Teresa
Tieck, Ludwig
Tortora, Alfonso
Totò
de Toulouse-Lautrec, Henry
Tourn, Giorgio
Treves, Emilio e Giuseppe
Troiano, Rosa
Tron, Daniele
Tronconi Tuzi, Maria
Tuchman, Gaye
Ubertis, Corinna Teresa
Ugo, Bianca
Vaccari, Ilva
Vaccaro, Valeria Anna
Valdesio (v. Valdesius)
Valdesius
Valery, Paul
Vecelio, Cesare
Verlaine, Paul
Vigarello, Georges
Villanis, Luigi Alberto
Violi, Roberto
Violet-le-Duc, Eugène Emmanuel
Von Gaudy, Franz
Whistler, James
Widdig, Bernd
Wilde, Oscar
Wilson Elizabeth Abati, Antonio
Worsfold, William
Zancan, Marina
Zanetti, Giorgio
Zanola, Maria Teresa
Zoboli, Augusto
Zola, Émile
Zolli, Paolo

Commentato [FF128]: anticipato

Gli autori

Adalgiso Amendola insegna Sociologia del diritto e beni comuni della conoscenza presso l'Università degli Studi di Salerno. Ha indagato su disciplina e controllo nelle società contemporanee, sulla crisi delle forme costituzionali e sull'emergere di nuovi processi costituenti attraverso i movimenti sociali. Suoi ultimi libri *Costituzioni precarie* (manifestolibri, 2016) e la curatela, con Roberta Pompili, del collettaneo *La linea del genere. Politiche dell'identità e produzione di soggettività* (ombre corte, 2018). È membro del direttivo OGEPO.

Alfonso Amendola è professore di Sociologia degli audiovisivi sperimentali presso l'Università degli Studi di Salerno. Si occupa di consumi di massa e culture d'avanguardia. Ultime pubblicazioni: *Edgar Allan Poe across Disciplines, Genres and Languages* (con L. Barone, Cambridge, 2018), *Il sentimento del frangibile. Per una sociologia della moda* (Mondadori, 2019).

Claudio Azzara è professore ordinario di Storia medievale nell'Università degli Studi di Salerno. Si occupa di storia politico-istituzionale del tardo antico e dell'alto Medioevo. Ultima monografia pubblicata: *Andare per l'Italia dei longobardi* (Il Mulino, Bologna 2019).

Francesco Barra è professore ordinario di Storia moderna, autore di numerosi volumi e saggi. Fin dagli inizi dei suoi studi ha rivolto i propri interessi di ricerca al Mediterraneo e al Mezzogiorno d'Italia nella cruciale fase di transizione tra il declino dell'ancien régime, la crisi rivoluzionaria e il periodo napoleonico, affrontando molteplici e differenti tematiche.

Michele Bevilacqua è dottorando di ricerca in Eurolinguaggi e terminologie specialistiche presso l'Università degli Studi di Napoli "Parthenope" e l'Université d'Artois. I suoi interessi scientifici vertono sulle varietà diatopiche della lingua francese in Africa, le politiche linguistiche nello spazio francofono e il rapporto tra sessismo, genere e linguaggio nei discorsi politico-istituzionali e mediatici.

Antonella Catone è professoressa a contratto di Lingua e letteratura tedesca. Ha conseguito il dottorato di ricerca in co-tutela tra l'Università degli Studi di Salerno e la University of Education di Schwäbisch Gmünd. Attualmente è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Studi Umanistici (Unisa).

Carmela Citro è dottoressa di ricerca in Italianistica con indirizzo in Storia del teatro e dello spettacolo, e cultrice della materia presso l'Università degli Studi di Salerno. I suoi interessi sono rivolti in particolare alle scritture e riscritture teatrali tra Settecento e Novecento.

Grazia D'Arienzo è laureata in Scienze dello spettacolo e della produzione multimediale ed è dottore di ricerca in Metodi e metodologie della ricerca archeologica e storico-artistica. Ha pubblicato articoli su riviste di settore e la monografia *Renato Carpentieri. L'attore, il regista, il dramaturg* (Liguori, 2018).

Stefano D'Atri è ricercatore di Storia moderna, lavora presso il dipartimento di Studi umanistici dell'Università degli Studi di Salerno. Sta scrivendo una monografia su Ragusa (Dubrovnik) in età moderna. È fondatore e segretario del Centro Interuniversitario di Studi e Ricerche sulla Storia delle Paste Alimentari in Italia.

Giancarlo Guercio è dottore di ricerca in Italianistica presso l'Università degli Studi di Salerno. Ha pubblicato diversi saggi e articoli di letteratura italiana e teatrale; in particolare ha esplorato la scrittura di Pirandello da una prospettiva fenomenologica e degli autori della nuova drammaturgia napoletana (Ruccello, Moscato, Silvestri). Ha partecipato a diversi convegni ed è iscritto alla MOD e all'ADI.

Pasquale Iaccio è professore associato di Storia del cinema all'Università degli Studi di Salerno, ed è tra gli organizzatori della rassegna cinematografica Filmidea e direttore della collana *Cinema e storia* (Liguori). Ha condotto prevalentemente studi sul cinema italiano e la forma del documentario sui quali ha scritto numerosi contributi.

Isabella Innamorati è professoressa associata di Discipline dello spettacolo all'Università degli Studi di Salerno, è presidente del corso di studi in Discipline delle arti visive, della musica e dello spettacolo. Si occupa in particolare di teatro rinascimentale e moderno, drammaturgia del primo Ottocento, regia del secondo Novecento e teatro napoletano. È membro del direttivo OGEPO.

Wilma Leone è laureata in Lettere classiche presso l'Università degli Studi di Salerno con una tesi in Storia romana. Funzionaria della Biblioteca provinciale di Salerno, ricopre attualmente l'incarico di responsabile del Servizio conservazione e valorizzazione del sistema museale e del patrimonio librario della provincia di Salerno.

Maria Giovanna Mancini è assegnista di ricerca presso l'Università degli Studi di Salerno. Di recente si è occupata di teoria della critica d'arte, metodologia della storia dell'arte nell'epoca della globalizzazione, digital art history e arte pubblica.

Emiliana Mangone è professoressa associata di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l'Università degli Studi di Salerno, e associata al CNR-IRPPS. È direttrice dell'International Centre for Studies and Research-ICSR Mediterranean Knowledge. Tra le sue pubblicazioni recenti: *Gender and Sexuality in the Migration Trajectories. Studies between the Northern and Southern Mediterranean Shores* (con G. Masullo e M. Gallego, 2018); *Social and Cultural Dynamics. Revisiting the work of Pitirim A. Sorokin* (2017).

Milena Montanile è professoressa di Letteratura italiana presso l'Università degli Studi di Salerno, svolge la propria attività di ricerca intorno a più centri di interesse: la cultura umanistico-rinascimentale, il Settecento, soprattutto meridionale, e il Novecento, privilegiando autori e questioni di letteratura controcorrente e di opposizione.

Maria Consiglia Napoli è professoressa associata presso il dipartimento di Scienze del patrimonio culturale (DISPAC) dell'Università degli Studi di Salerno. Si interessa prevalentemente di temi relativi alla Storia del libro e dell'editoria come strumento per cogliere il rapporto tra movimenti culturali, mentalità, politica e circolazione delle idee. È membro del direttivo OGEPO.

Paola Nigro è dottoressa di ricerca in Italianistica presso l'Università degli Studi di Salerno. Ha pubblicato saggi bibliografico-scientifici di taglio storico-letterario, con particolare riguardo alle forme della scrittura nella letteratura odepórica.

Emanuela Pece è assegnista di ricerca in Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l'Università degli Studi di Salerno. È membro del gruppo di ricerca dell'Università di Salerno per l'International Centre for Studies and Research – ICSR Mediterranean Knowledge – e dell'International Network – Cultural Changes, Inequalities and Sustainable Development (CISuD) dell'Università degli Studi di Salerno.

Antonella Piazza è professoressa associata di Letteratura inglese all'Università degli Studi di Salerno, ha condotto in prevalenza studi sul teatro elisabettiano e i fondamenti della modernità. È membro del comitato scientifico della rivista *Testi e Linguaggi* e responsabile del programma didattico *Teaching English through Shakespeare performance*.

Fabiana Quatrano è mediatrice familiare, pedagogista clinica, ricercatrice in Pedagogia generale e sociale presso l'Università degli Studi di Salerno. È docente di Pedagogia generale e di Pedagogia dell'infanzia. Da molti anni è impegnata in progetti educativi relativi alla prevenzione dell'abuso e del bullismo e alle dinamiche relazionali genitori-figli. È autrice di una monografia *Conflittualità e conflitti. La mediazione pedagogica* (ETS, 2015; Premio SIPED, 2017) ed ha, inoltre, pubblicato numerosi saggi e articoli in volumi collettanei e in riviste di area pedagogica.

Eleonora Rimolo è laureata in Lettere classiche e in filologia moderna presso l'Università degli Studi di Salerno, è dottoranda in Studi letterari, linguistici e storici presso l'Università degli Studi di Salerno. Ha pubblicato saggi e recensioni su *Misure critiche*, *Sinestesie*, *Rassegna della Letteratura Italiana*. Svolge attività di direttrice della rivista letteraria *Atelier*, di traduttrice e di poesia.

Annamaria Sapienza è professoressa associata di Discipline dello spettacolo all'Università degli Studi di Salerno, è docente di Storia del teatro alla scuola di recitazione del Teatro nazionale di Napoli e membro del coordinamento nazionale di Teatro nelle Carceri. Si occupa, in particolare, di teatro moderno e contemporaneo, teatro napoletano, teatro sociale.

Alfonso Tortora è professore associato di Storia moderna presso l'Università degli Studi di Salerno. Insegna Storia moderna e Storia della cultura in età moderna. Si interessa di cultura, politica e prassi religiosa nel Mezzogiorno d'Italia dalla prima età moderna al XVIII secolo. Tra le sue più recenti pubblicazioni si ricordano: *Il Vesuvio e il suo territorio. La grande eruzione del 1631* (2018) e *Baroque tectonics: eruptions and disruptions in the Vesuvian city* (con S. Cocco, 2018). È membro del direttivo OGEPO.

Rosa Troiano è professoressa associata di Linguistica italiana presso l'Università degli Studi di Salerno. Ha curato edizioni di testi dialettali e ha pubblicato saggi di storia linguistica sul dialetto delle farse cavaiole e sul linguaggio delle arti tessili femminili.