
Maria Elena Capitanio

L'ETICA DELLA MODA

1. *Etica e moda*

Quando si parla di etica, ci si riferisce a una riflessione filosofica rivolta ai nostri atti, ai nostri atteggiamenti, al nostro agire e ancor di più all'insieme di criteri che guidano l'azione, i principi e le abitudini che regolano i comportamenti di ogni singolo uomo o di una comunità, sia in generale che in un dato momento storico. La parola viene dal greco *èthos*, che significa in generale "comportamento", "costume", "consuetudine". Le domande dell'etica sono innumerevoli e ambigue, ma hanno obiettivi comuni, tra cui quello di definire e descrivere la nostra attività. Un'etica della moda è possibile e assai interessante, soprattutto oggi che il termine "moda" non si riferisce più all'abito squisitamente inteso, ma è una questione di linguaggi e soprattutto di simboli. Cosa fa uno stilista? Come lo fa? Spinto da quale istanza? E a quale scopo? A cosa serve la moda? Cosa deve fare? Che senso ha? In che modo agisce? Queste sono alcune delle domande che l'etica della moda si pone. Quello della moda è un sistema semi-simbolico, giacché una delle caratteristiche della sua comunicazione è il simbolo. Nel simbolo si riscontra l'indizio «della situazione dell'uomo al centro dell'essere nel quale si muove, esiste e vuole»¹.

Il simbolo è legato dalla cosa che lo fa sorgere e lega alla movenza del senso, in cui quella stessa viene ad esistenza².

Il simbolo presenta una struttura doppia, in cui «un senso diretto, primario, letterale, designa in sovrappiù un altro senso indiretto, secondario, figurato, che può essere appreso soltanto attraverso il primo»³. A questo punto è il caso di applicare alla moda la bipartizione jakobsoniana sul versante metaforico e metonimico, come suggeriscono gli studi di Gillo Dorfles⁴, purché si voglia considerare che tanti degli accorgimenti della moda e dell'abbigliamento sono da intendersi come espressioni semiologiche, ossia come accorgimenti carichi di una

1 P. Ricœur, *La simbolica del male*, Il Mulino, Bologna 1970, p. 633.

2 D. Iannotta, *La comunicazione tra simbolo e immagine*, ed. Effata', Torino 2005, p. 13.

3 P. Ricœur, *Il conflitto delle interpretazioni*, Jaca Book, Milano 1986, p. 26.

4 G. Dorfles, *Mode e modi*, Mazzotta, Milano 2010, p. 137.

significazione, cosciente o inconscia, che viene comunicata appunto attraverso gli stessi; che quindi la moda può essere considerata come una sistema comunicativo che si avvale di un solo preciso codice. Si potrebbe allora elaborare l'ipotesi che alcuni di questi accorgimenti rientrino in una dimensione metaforica, ossia abbiano origine da un elemento di similarità tra un certo tipo di acconciatura e un certo organo o parte corporea da evidenziare: questo sarebbe il caso di alcuni indumenti "fallici", come la scarpa appuntita, lo stivaletto alla texana e in genere gli indumenti aguzzi così facili da rinvenire nelle diverse manifestazioni della moda di tutti i tempi: si pensi ai molti cappucci delle fate, delle fattucchiere, alle pantofole con la punta rialzata di origine persiana o turca, al notissimo caso del piede deformato e "penizzato" delle cinesi prerivoluzionarie. In tutti questi casi è evidente un aspetto metaforico, di similarità, che accomuna la significazione della forma del vestiario (ossia dei diversi significanti) con il significato che è appunto d'ordine sessuologico o erotico.

Per quanto riguarda, invece, il versante metonimico, potremmo considerare quegli aspetti e accorgimenti della moda che mettono in evidenza un determinato elemento corporeo attraverso un fattore di contiguità (ossia di prossimità tra l'organo o la parte corporea da evidenziare e l'abito stesso). Tra questi possono rientrare la maggior parte degli indumenti volti direttamente a sottolineare le caratteristiche sessuali primarie o secondarie dell'uomo e della donna: i busti, i reggiseni e simili mezzi per evidenziare l'importanza e la preminenza del seno in alcuni periodi in cui la moda tende a metterlo particolarmente in mostra; o, viceversa, con un fenomeno di litote, se vogliamo insistere sulla qualità retorica della moda, quando si mira a nascondere, a celare questa stessa parte del corpo⁵. Altrettanto si può dire dell'uso da parte dell'uomo di calzoncini aderenti che mettono in risalto l'apparato genitale dell'uomo, fino al tipico esempio della *braguette* seicentesca di cui molto si è discusso e che costituisce una vera forma di esibizionismo estetizzato; non dissimile da quello di alcune tribù selvagge neozelandesi o amazzoniche che, ancora oggi, si lasciano gli organi genitali con vimini o tessuti così da renderli appariscenti e mostruosi e in questo modo porre l'accento sulla potenza virile. Se poi volessimo estendere questo tipo di analisi metaforico-metonimica ad altre parti dell'indumento maschile o femminile, non sarebbe difficile trovare altri elementi di traslazione nell'uso di catene, collari bracciali oppure di spadini, fleuche, calzari, sronti che, una volta smarrito il loro significato funzionalistico, conservano tuttavia un'evidente ragion d'essere metaforica.

Del resto, anche Baudrillard, in un suo saggio molto acuto, anche se non del tutto condivisibile, afferma:

Nella moda, come nel codice, i significati slittano, e gli slittamenti del significante non portano più da nessuna parte⁶.

Il che equivale a dire come in questo slittare dei significati, in questo continuo riempire il vuoto dei significanti usurati, consiste proprio quella che l'autore definisce *la fêerie du code*. Affermare tuttavia, come fa Baudrillard, che la moda vera e propria esiste solo a partire dall'epoca dei lumi, dall'avvento della borghesia, proprio per il suo non identificarsi con il

5 P. Ricœur, *Dal testo all'azione*, Jaca Book, Milano 1999, pp. 100-131.

6 J. Baudrillard, *Lo scambio simbolico e la morte*, Feltrinelli, Milano 1979, p. 41.

rito, è un'arma a doppio taglio. La moda, in questo caso, corrisponderebbe all'inautentico, al già visto, sarebbe il punto estetico, l'afunzionale. A differenza del rito, che invece ha funzioni precise, la moda è legata a una temporalità che, seppur astorica e antidiacronica, è pur sempre aderente a processi insiti in una determinata civilizzazione. Questo voler scindere la moda dal rito può essere assai rischioso. La moda in realtà ha tantissimi aspetti che la accomunano col rito, proprio per il tipo di funzionalità della moda, come quella del rito, è una funzionalità il più delle volte antipratica, antiutilitaria. Non solo, ma tutto il cerimoniale su cui quasi sempre si basa la moda – a cominciare dalle mansioni del sarto d'altri tempi, fino alle sfilate delle indossatrici e alle faticose *performances* degli acquirenti di un qualsiasi *prêt-à-porter* – la accomuna senza alcun dubbio ad analoghi fattori presenti nella maggior parte dei rituali dell'antichità o dei nostri giorni. Il fatto che la toga romana, l'armatura del guerriero medievale, il sari indiano avessero funzioni e valori diversi da quello dell'abito moderno, non toglie che anche quelle acconciature, armature, addobbi, potessero rientrare nell'ambito della moda, giacché erano suscettibili di variazioni e risultavano indicativi di un particolare status dell'individuo.

Affermare pertanto che la moda di ieri non ha nulla a che spartire con quella di oggi è lo stesso che affermare che l'arte dei nostri giorni non ha nulla a che fare con quella del passato. Il che è vero soltanto se non si tiene conto che l'arte del passato, con le sue funzioni rituali, religiose, iniziatiche, non poteva non essere rimpiazzata ai nostri giorni da forme creative diverse da quelle. Il che non toglie che il termine arte possa essere impiegato, con perfetta coerenza, per entrambi i casi: tanto per un'arte legata ai miti e ai riti del passato, quanto per quella legata alla tecnologia o al consumismo (e al concettualismo) del presente. Ripercorrendo il ragionamento di Gillo Dorfles⁷ e filtrandolo attraverso la lettura di Paul Ricœur⁸, ci viene in mente una nuova possibilità del versante metonimico della moda: se la metonimia è una relazione di contiguità di tipo qualitativo e se consideriamo questa come una relazione simbolo-condizione (o ruolo sociale), allora il "fiocco" negli abiti delle collezioni femminili di Valentino è la metonimia visiva dello "stile Valentino" che significa "donna borghese, romantica, iperfemminile, che desidera sottolineare il suo status sociale".

Ritornando al concetto iniziale di simbolo, si può arrivare a quello di *status symbol*⁹. Attorno a questo problema si sono accesi molti dibattiti sia di recente che in passato: l'abito del nobile, soppiantato nel '700 da quello del borghese divenuto ormai più potente economicamente e quindi dettante legge anche nel campo della moda; la toga del *civis romanus*, sufficiente a indicare uno status irraggiungibile per lo schiavo; la divisa militare o l'abito talar, distintivi di una situazione di privilegio. Questo legame tra abito e status, tra moda di un determinato momento e suo valore come segnale di attribuzione a una determinata categoria, classe, casta, pur essendo da sempre noto, non cessa di incuriosire per le trasformazioni che subisce di epoca in epoca. Quello che in un periodo fu la prerogativa di un gruppo di potere può diventare, in un periodo successivo, il connotato di una categoria ormai svuotata di ogni importanza. Non solo, ma i valori stessi di un abito, di un ornamento, di una decorazione, di un'acconciatura, possono essere suscettibili di mode legate al costume o a precise ragioni di

7 Cfr. G. Dorfles, *Mode e modi*, cit., p. 137.

8 Cfr. P. Ricœur, *Dal testo all'azione*, cit.

9 Cfr. G. Dorfles, *Mode e modi*, cit., p. 92.

partizione sociale. Il che è ben diverso: quello che in una determinata epoca costituisce un preciso indizio di appartenenza a una categoria socio-economico-politica (e che quindi sfugge alla moda, perché parte di un *habitus* istituzionalizzato) può, in un periodo successivo, tramutarsi in vero e proprio appannaggio morale, avendo perduto le caratteristiche iniziali. Il legame più o meno stretto o inderogabile tra una determinata forma-colore e la sua semantizzazione starà perciò a indicare epoche di peculiare cristallizzazione formale e sociale. L'uso di cravatte e tartan con un disegno e colore specifico per ogni clan scozzese si è venuto addolcendo sino a rimanere limitato al tipo di una cravatta di un *college exclusive*, per poi degenerare nel disegno di una qualsivoglia dozzinale cravatta o sottana di "tipo scozzese" (come le etichette di una falsa qualità di whisky).

La presenza del lusso e dello sfarzo nella moda, non solo femminile, è stato certamente un fenomeno clamoroso di *status symbol* in tutta l'antichità e anche in epoche più vicine ('600 e '700). Qualsiasi narrazione diretta a illustrare gli abiti portati a corte, nei cerimoniali mondani, religiosi, politici di ogni tempo lo dimostra. Non c'è dubbio che solo l'avvento della borghesia (successivo ai moti della Rivoluzione Francese) la moda ha cessato, almeno in parte, di essere un netto equivalente delle condizioni sociali dell'individuo; anche se infinite sfumature hanno continuato a permettere una differenziazione di carattere socio-economico, anche se non più di casta e di classe, tra gli individui. Possono del resto anche verificarsi altre inversioni di indici di status, oltre a quelle dei tartan scozzesi, nell'adozione di determinati abiti e ornamenti, e questo secondo una ragione che si basa sempre su motivi di carattere decisamente modale.

Ancora una quarantina d'anni or sono, per esempio, erano i figli che tendevano a scimmiettare e imitare i genitori nel loro modo di vestire (basta scorrere un album di famiglia dell'epoca per sincerarsene), mentre oggi accade esattamente l'opposto: sono i padri (o i nonni) che indossano faticosamente i jeans dei figli; le madri che azzardano le minigonne (naturalmente nel periodo in cui questo indumento va di moda) e che volentieri adotterebbero il *nude look* se non avessero paura di essere oltraggiate. Il legame tra moda e status, dunque, è una delle condizioni più stabili, nonostante le trasformazioni e gli apparenti affrancamenti da questo genere di usanza. Ma si tratta di un'usanza dalla quale invano cercheremo di liberarci o di spogliarci. Che l'abito faccia il monaco, almeno in parte, è vero purtroppo anche ai nostri giorni. Ma il concetto e la realizzazione di un fenomeno legato allo *status symbol* si estendono al di là dell'abbigliamento, come è ovvio, e investono molti altri settori, come quelli della casa, dell'arredamento e dell'appartenenza a società sportive o mondane particolarmente esclusive.

2. Le motivazioni e le componenti della moda

Per comprendere le motivazioni della moda di una data epoca e in particolare della nostra, si potrebbe risfoderare qualche antica teoria come quella secondo cui l'uomo, sin dall'antichità, ha curato il suo abbigliamento come uno dei più importanti elementi simbolici della propria condizione sociale¹⁰. Ciò che oggi si definisce come *status symbol* è in definitiva

10 Cfr. G. Dorflès, *La (nuova) moda della moda*, ed. Costa & Nolan, Milano 2008, p. 32.

sempre esistito, sia che si trattasse di piume e tatuaggi di un capo tribù, sia di uniformi militari con pennacchi e decorazioni di epoca medioevale, o anche dei nostri giorni. Ma, se queste peculiarità dell'abito – che un tempo, più di oggi, valevano a differenziare l'appartenenza dell'individuo (donna o uomo che fosse) alle diverse classi sociali, alle differenti professioni, arti e mestieri – sono in parte decadute, con il livellarsi della società, con la sparizione di certi privilegi di casta, dovuti alla nascita, al censo, alla religione, rimane il dato di fatto che anche oggi la moda non è solo un fenomeno frivolo, epidermico, salottiero, ma è lo specchio del costume, dell'atteggiamento psicologico della persona, della professione, dell'indirizzo politico, del gusto e non solo.

Dunque dobbiamo dare alla moda quello che alla moda spetta, e se si tiene conto del suo peso sociale, estetico, etico e culturale, è logico interrogarsi sul come e in che modo si verificano quelle trasformazioni, quelle tendenze e quelle diversificazioni che la moda impone o subisce. Uno dei problemi centrali è: cosa e chi fa la moda? In altre parole: come avviene che, in un dato periodo, si sia assistito all'avvento di una determinata moda piuttosto che un'altra? Chi l'ha deciso? Chi l'ha prevista? Chi l'ha ostacolata? Chi ha incoraggiato, boicottato e finanziato queste tendenze? E fino a che punto si può intervenire contro il fluire della moda? Quasi sicuramente non si può dare una risposta univoca a questi dilemmi. Esistono varie teorie sull'argomento: c'è chi sostiene che la moda sia sempre creata dall'alto, partendo cioè dai grandi stilisti, dalle case di moda importanti, i quali detterebbero leggi destinate a imperare per quel breve periodo, e lo farebbero soprattutto relativamente a quella che è la moda d'*élite*, cioè la moda destinata alle classi altolocate, a quella che era, e in parte ancora è, la *haute couture*. Moda che solo in un secondo tempo verrebbe a essere abbassata a livello di massa, imitata, "scopiazzata", ridotta a rango inferiore di *prêt-à-porter*, fino divenire ubiquitaria, quasi in coincidenza con il verificarsi della nuova ondata di moda, appena nata, diversa, sempre destinata a pochi eletti.

Il suddetto meccanismo corrisponde a ciò che avveniva in un passato recente, quando ancora la classe egemone era quella che dava il via a un costume determinato. Possiamo fare l'esempio del *Borghese gentiluomo* di Molière del 1670 e dei suoi affanni alla ricerca di un corretto abbigliamento per apparire nobile). Nel Seicento e nel Settecento, mentre il "popolino" ancora s'accontentava degli stracci, o tutt'al più si limitava a indossare i costumi popolari tramandati per generazioni e generazioni, senza modificarsi mai. Ci sono studiosi che la pensano diversamente, più che altro dopo quello che si è verificato negli ultimi tempi. Dagli anni Sessanta (in particolare a partire dal Sessantotto) la moda non ha più seguito il percorso precedentemente descritto, ma se n'è discostata di netto per poi ricaderci parzialmente. Corsi e ricorsi della moda: abbiamo avuto il periodo più o meno turbolento della crisi generazionale, della rivolta adolescenziale; abbiamo visto i giovani disprezzare le abitudini dei genitori per poi più tardi risfoderare i vecchi abiti odorosi di naftalina dei nonni. Abbiamo, poi, assistito al fenomeno del *casual* che ha contaminato la moda con «indumenti, ammenicoli, oggetti ricavati dall'uso giovanile»¹¹ e ha fatto diventare accettabili capi stropicciati, senza forma, sciupati, che avrebbero fatto indignare le persone perbene di pochi anni prima.

Questa è la motivazione per cui tanti si sono convinti che la moda sia fatta dai giovani, sia inventata da loro e solo in seconda battuta fatta propria dagli stilisti e dalle grandi case di

11 G. Dorflès, *La (nuova) moda della moda*, cit., p. 34.

moda. La moda, secondo questo punto di vista, è guidata dal basso. L'opinione non ci convince: sappiamo che molti *outfit* giovanili, fatti di giubbotti, jeans, T-shirt, leggings, siano parte di un giro d'affari e siano nella mani di industrie specializzate. Ciò che in apparenza sembra venire dal basso, in realtà è diretto dall'alto. Se le cose stanno così, chi sarà il vero responsabile di quella che è la moda d'oggi e di quella che sarà la moda di domani? I veri creatori, ancora oggi, e iniziatori di correnti modali, sono gli stilisti, ma anche loro finiscono per adeguarsi allo *Zeitgeist*, lo spirito del tempo che caratterizza una determinata epoca o parte di essa. Spesso sono gli stessi progettisti della moda a diventare intermediari nel rapporto con le grandi industrie di settore. Analizzando la storia della moda nelle modificazioni della foggia degli abiti, è possibile porsi alcune domande: come mai c'è stato un ritorno verso le forme di abbigliamento proprie degli anni Trenta? Come mai certi modelli di tipo islamico si sono infiltrati nel nostro modo di vestire? Come si spiegano certi lunghi tagli longitudinali delle gonne che ricordano capi estremorientali di altre epoche? Come mai nell'abbigliamento maschile è tornato lo smoking? Come mai alcune tendenze richiamano le tenute militari e sportive? In questo caso la risposta è univoca.

Molti eventi culturali, sociali, politici, economici e artistici influiscono in modo diretto o indiretto sulla moda e sul costume, e possono essi stessi diventare "di moda". Ad esempio, l'aumentato interesse per i paesi arabi, i pericoli dovuti alla crisi energetica di qualche anno fa, la crisi economica, il terrorismo, e altri fatti significativi, si sono imposti e si impongono all'attenzione del pubblico e vengono captati dagli attori deputati alla creazione della nuova moda. Spesso è un limitato elemento esteriore a far partire, a offrire lo spunto per quella determinata idea che dovrà necessariamente trasformarsi in un modello stilistico, in dato colore, in una stampa, in una trama e via dicendo. Questo elemento che viene da fuori potrà essere persino la moda di un best seller, di uno sport, di una corrente artistica, filosofica o psicologica. Alcuni elementi delle tenute sportive saranno rivisitati in chiave elegante: giacche a vento in tessuti pregiati, finti pantaloni da cavallerizza, uso di tessuti tecnici come vezzo e non adoperati per la loro effettiva utilità. Una nota importante da fare è quella relativa all'influenza di correnti artistiche sulla moda. Il rapporto tra quest'ultima e l'arte, intesa in senso puro, è intimo e stretto, ma c'è ancora grande diffidenza reciproca tra stilisti e artisti.

C'è stata l'epoca dei tessuti stampati in stile *optical* (quelli che si basavano su geometrie di reticoli, su bande alternate bianche e nere, su effetti ottici complessi come *moiré* illusionistici, che si svilupparono attorno agli anni Sessanta in Europa). E poi la moda del disegno astratto ripreso da Capogrossi, Miró, Vasarely, Pomodoro e altri. La moda pop aveva avuto grande successo negli Stati Uniti all'epoca in cui questa corrente pittorica aveva spopolato attorno agli anni Sessanta, così come la moda "naturalistica" nei disegni e nei tessuti di un periodo successivo, e in seguito una tendenza punk, un'altra rock, country, grunge, ecc. Una conclusione vera e propria sulla moda non si può fare perché in essa si racchiude un grande enigma, che obbliga a usare gli strumenti di varie discipline per analizzarla. Essa è solo parzialmente autonoma, anche se spesso è lei a dettar legge. Tentare di fuggire ai suoi dettami è estremamente difficile e sono pochi i casi di persone capaci di essere fuori moda (*démodés*). Si rivela quasi impossibile sottrarsi a certe costanti di un determinato periodo: quando le gonne sono più lunghe o la vita più alta, o le spalle più strutturate e imbottite oppure morbide, la scollatura più profonda, ecc.; quando i tessuti sono più aerei o più pesanti, quando spopola la trasparenza o l'austerità, sarà difficile che qualcuno osi infrangere le regole. Potrà

percorrere la via del non adeguarsi a tutti i dettami, così da apparire originale.

L'aspirazione di tante persone, soprattutto donne, è quella di essere elegante senza essere succube della moda, contribuendo così, con la propria fantasia, a dare di essa un'intonazione che poi diventerà globale. Ma quali sono le componenti essenziali della moda? E quali sono le relazioni con la società, con il costume, con la cultura e con l'arte? Domande enigmatiche. Oggi l'attenzione per l'abito, per il modo di vestire e di mascherare il proprio corpo è particolarmente spiccato. Al di là dei suoi valori pratici ed estetici, l'abito presenta valori che esulano da quelli della mera piacevolezza, del mero lusso. Tra le componenti essenziali della moda, dominano la struttura e il colore. Struttura, concepita come una qualità globale di dar forma e significato a un capo o a un dettaglio dell'abbigliamento. Una forma che sia *Gestalt*, *buona forma*, ossia una forma pregnante, strutturata, carica non solo di significati estetici ma anche etici. Colore, che è "l'altra metà della mela" rispetto alla forma, e che, in relazione alla moda, è comparabile al bouquet di un buon vino, o al profumo di una spezia che può cambiare in positivo il sapore di una zuppa¹².

L'uso del colore ha subito e continuerà a subire delle trasformazioni e oscillazioni mirabolanti: dalla tinta unita al multicolore, dallo spento al vivido, dal rigoroso all'ironico, dal decorativo allo strutturale. Il bianco e il nero sono stati interpretati nelle maniere più diverse: in alcuni casi considerate come "assenza di colore", in altri come gamma cromatica di una stagione. Il colore è il sapore di una collezione, ma il vero parametro di ogni abito è la struttura. Possiamo fare vari esempi: la severa linea di Giorgio Armani; la struttura rigida, risultante frivola per contrasto, del doppiopetto capovolto di Gianfranco Ferré (nelle fantasiose collezioni donna); la foggia svasata dai lucidi *revers* di un abito Ferré, nella sua ridondanza circolare che viene a costruire un grande caleidoscopio; e poi l'abito di Gianni Versace a imitazione di un'uniforme asburgica. La moda è legata a motivazioni di vario genere, storiche, sociologiche, artistiche, culturali, che ne determinano in modo indiretto i canoni: canoni effimeri che sono il campanello d'allarme di un certo stile, di un certo gusto, anche artistico, o di una situazione sociale, lavorativa ed economica. L'analisi della nascita e della dissolvenza di queste motivazioni sono il solo strumento per valutare le ragioni più profonde di certe modificazioni del costume che altrimenti risulterebbero del tutto misteriose. Alcuni, soprattutto in Italia, ritengono questo studio futile, ma in realtà c'è qualcosa di molto profondo nelle maglie del tessuto di un abito, qualcosa che ci permette di conoscere meglio l'uomo e la civiltà in cui si trova.

3. *Il total look di Coco Chanel come discorso-oggetto*

3. 1. *Analisi storica e figurativa*

La silhouette di Coco Chanel (1883-1971) ha senza alcun dubbio segnato il suo tempo: essa ha reso *démodé* la foggia che era allora di moda, quella concepita dallo stilista Paul Poiret (1879-1944). In questo senso, ciò che diventerà più tardi il *total look* di Chanel, appartiene a pieno titolo alla storia della moda. Esso è percepito come un look-effetto di senso

12 Cfr. G. Dorflès, *La (nuova) moda della moda*, cit., p. 43.

intramontabile, che è stato ed è spesso sottolineato da critici e giornalisti. Fondamentale è affrontare il classicismo di Chanel per distinguere il classico dall'intramontabile. La stilista ha messo insieme il suo look a partire da segni estranei all'universo della moda femminile dell'epoca. Facendo un *bricolage*, proprio come quello concepito nel senso di Lévi-Strauss¹³, in cui si sfocia in una struttura al tempo stesso sensibile e intelligibile, dove il tempo non conta più, dove l'idea della moda non ha più autentico significato. Coco Chanel ha lanciato la marinara nel 1913, il jersey nel 1916, il cardigan e i completi di maglia nel 1918 e i pantaloni nel 1920, lo stesso anno in cui ha imposto i capelli corti. Sempre lei è stata la creatrice del famoso abito corto nero nel 1926, il blazer con i bottoni dorati e il cappello da marinaio nel 1926, il tweed nel 1928, i gioielli fantasia nel 1930, il tailleur in tweed profilato e la cintura a forma di catena dorata nel 1956, la scarpetta a punta nera e la borsa impunturata con la catena adorata nel 1957, ed infine il fiocco nel 1958. Queste invenzioni sono oggi divenute i segni d'identificazione immediati di Chanel, come ha sempre dichiarato Karl Lagerfeld, attuale direttore creativo della *maison*. Inquadrare di nuovo storicamente le apparizioni di queste invenzioni ha d'utile il fatto che si può constatare come Chanel abbia rigettato sistematicamente i segni più caratteristici della moda femminile dell'epoca. Questo cenno storico permette di mettere in luce la straordinaria ricorrenza delle figure che Chanel ha preso in prestito dall'universo dello sport, del lavoro e del sistema vestimentario maschile, e che costituiscono al dimensione detta "figurativa" del *total look*. Prima di tutto, concependo il suo look a partire dallo stock di segni che ha potuto crearsi a seconda dei suoi incontri e delle sue passioni, Chanel rifiuta nella moda femminile dell'epoca tutto ciò che non corrisponde ad un'autentica funzione dell'abbigliamento: lavorare, camminare rapidamente, ecc. per Chanel l'abito deve servire, deve essere confortevole. Chanel dichiarò:

Lavoravo per una nuova società. Fino a quel momento avevo vestito donne inutili, oziose, donne a cui le cameriere dovevano infilare le maniche; invece, avevo ormai una clientela di donne attive; una donna attiva ha bisogno di sentirsi a suo agio nel proprio vestito. Bisogna potersi rimboccare le maniche¹⁴.

Chanel rifiutava di fare delle tasche così piccole da impedire alle mani di infilarvisi; sopprime i bottoni puramente decorativi – «Non fate mai un bottone senza asole!»¹⁵, ammoniva. Vigila attentamente a che le gonne a portafoglio permettano alle gambe il libero passo e considera che il girospalla non sia mai troppo largo. Per assecondare la libertà del corpo, Chanel accorcia le gonne, sceglie il tessuto crespo per la sua duttilità, inventa la borsa a tracolla a farà sempre in modo che la schiena abbia un minimo di "gioco", almeno dieci centimetri, per poter giocare a golf, per potersi muovere agilmente. Chanel prendeva le misure alle clienti facendole stare con le braccia incrociate, in linea con la sua filosofia di confort. In questo modo, denuncia, nella silhouette di Paul Poiret, un restringimento del vestito alle caviglie che ostacola il libero movimento della donna, e ne fa una questione etica. Il look di Chanel, in quanto semiotica figurativa, ha per contenuto il racconto di una conquista di libertà individuale, una conquista di cui la modernità appariva come la tematizzazione ricorrente: «Ho inventato l'abito da sport per me,

13 C. Lévi-Strauss, *Antropologia strutturale*, Est, Milano 1998, p. 321.

14 G. Ceriani/Roberto Grandi, *Moda: regole e rappresentazioni*, FrancoAngeli, Milano 2012, p. 154.

15 Ivi, p.158.

non perché le altre donne facevano sport, ma perché io lo facevo. Non sono uscita perché avevo bisogno di creare la moda, ho creato la moda giustamente perché uscivo, perché per prima, ho vissuto la vita del secolo»¹⁶. Ma Chanel fa ben altro che mettere fuori moda una silhouette per conquistare la libertà e l'indipendenza di una gestualità moderna; la sua silhouette non è solo al servizio del movimento. Essa è costituita anche da pezzi e materiali molto particolari, che non trovano senso e valore, negli anni Venti e Trenta, se non nel loro riferimento a due universi dati all'epoca come contrari a quello della moda femminile: il lavoro e l'abbigliamento maschile. È dunque attraverso un originale fenomeno che è stata elaborata la semiotica figurativa del look di Chanel. In effetti, i significanti del lavoro e della mascolinità sono stati conservati tali e quali, ma per essere, in modo sistematico e chiaro, correlati ai significati contrari: il lusso e la femminilità. Di fatto, la marinara, il jersey e il gilet rigato da una parte, il berretto, la cravatte, i pantaloni e i capelli corti dall'altra erano, a quell'epoca, altrettante figure rispettive dei mondi del lavoro e dell'uomo. E tutti l'hanno notato quando Chanel li ha integrati nel total look. Paul Poiret più di ogni altro, evidentemente, dal momento che ironizzò sul «miserabilismo del lusso» di Chanel e sui suoi «piccoli impiegati del telegrafo sottoalimentati»¹⁷. Questo gioco di inversione dei significanti e significati dell'identità sessuale (socialmente definita), rappresenta la strategia con cui Chanel si è dotata di un'identità femminile sua propria. Come si è visto, un certo numero di figure vestimentarie costitutive della dimensione figurativa di questo look, parlavano di libertà e modernità come in un intreccio. Si noti ora come altre figure rinviano alla costruzione e alla definizione della femminilità secondo Chanel. Il discorso tenuto dalla semiotica figurativa del suo look è un'espressione della libertà caratteristica dei Tempi Moderni, ma anche un discorso sulla femminilità, che viene esaltata per paradosso. Si può notare che è stata proprio questa semiotica ad avere attratto l'attenzione degli storici e dei diversi biografi di Coco. Ed è questa stessa semiotica figurativa che interessa i giornalisti di oggi.

Con questa notazione non si nega affatto l'interesse di quanto scrivono giornalisti e storici, si vuole solo indicare che un altro aspetto di questo look pare essere sfortunatamente ignorato: il total look di Chanel è anche e soprattutto l'esempio di una certa visione o di una certa logica del sensibile. Il suo *total look*, non è costituito soltanto da segni vestimentari presi da universi altri rispetto a quello della moda, disegna anche una silhouette, una forma sensibile che si spiega nello spazio e che lo sguardo percorre. La scelta dei materiali, la qualità della luce, la combinazione di capi e accessori, il privilegio dato ad alcuni colori piuttosto che ad altri, lo stesso profilo del corpo femminile: tutti questi fenomeni, fanno in modo che un look sia un'identità fondamentalmente visiva e rappresentano scelte che procedono da una certa visione del mondo femminile. È stato usato il termine *total look* perché la silhouette appare un tutt'uno, allo stesso tempo sensibile e intelligibile. Ciò che colpisce in questa silhouette quando la si compara con quelle di Paul Poiret o di Christian Dior (cioè ai due grandi sarti contemporanei all'affermazione dello stile di Coco Chanel – anni Venti e anni Cinquanta) è che offre allo sguardo la possibilità di distinguere le differenti parti che la compongono. Inoltre, si è colpiti dal fatto che questa silhouette lascia una forte impressione di nitidezza e leggibilità. Essa produce anche il cosiddetto affetto di *aplomb* – nei due sensi del termine.

16 *Ibidem*.

17 G. Ceriani, R. Grandi, *Moda: regole e rappresentazioni*, cit., p.159.

3.2. Analisi della dimensione plastica

Questo look produce l'effetto di una chiusura della forma generale, esso è dovuto all'attacco molto chiaro della silhouette, grazie alla punta nera delle scarpe – il terreno e la silhouette sono così dissociati – o all'altro capo della silhouette, grazie ai capelli tagliati corti o al fiocco. Inoltre, il collo disegnato da Coco è ben visibile, esso contribuisce ad affermare la netta segmentazione della foggia e ad attirare attenzione sulla cura che si ha di un certo portamento.

Altro elemento caratteristico: il privilegio dato alla linea, privilegio evidenziato dalla famosa bordatura con spighetta del tailleur, ma lo è anche spesso dal disegno di un colletto, dalla presenza di una cintura, dalla precisione di una piega. Si farà caso che questo privilegio dato alla linea, non solo rinforza la segmentazione generale, ma assicura anche il taglio della silhouette e la sua posizione nello spazio. Perché funzioni come un contorno, la linea generale situa la silhouette in un piano di profondità preciso in rapporto all'osservatore. Le considerazioni precedenti rischiano di far credere che non si sia poi tanto nella foggia di Chanel. Di fatto, esistono delle masse che corrispondono per lo più ai gioielli (braccialetti, collane, orecchini, spille), che però non compromettono mai la linearità generale della silhouette o di questo o quell'elemento del look. Infine, esso possiede una sua propria luce, catturata e lavorata dai colori e dalla materia. Si può dire che vi è un cromatismo Chanel: il beige (Chanel fu appellata la "regina del beige"¹⁸), il blu marino, il bianco, il rosso e il nero (la *petite robe noir*, il "numero 5", il fiocco).

All'opposto vi è lo sfavillio dei diamanti, al profondità degli ori, il riflesso delle gemme, ecc., ma si noterà che queste luci sono oggi associate alle masse localizzate degli accessori. Una luce dipende anche dalle materie e dal tipo di confezione di queste ultime. Il tweed, il jersey e il tessuto crespo – le materie preferite di Chanel – hanno in comune la stessa capacità di manifestare la luce, impedendo che diventino capricciose, leziose. Impediscono sia lo scivolamento furtivo che lo straripamento della luce rispetto alla forma e al contorno. Questi tessuti evitano anche che la luce prenda di sbieco le differenti parti del look, e che ne faccia una sola e medesima unità di movimento. L'analisi appena svolta porta a riconoscere nel *total look* la realizzazione di un'ottica coerente, che è quella della visione classica. Come si vedrà, questa realizzazione è particolare per il fatto che accetta una parte del barocco per meglio affermarsi attraverso il contrasto, concetto fondamentale se si vuole comprendere lo stile di Chanel. Le visioni, classica e barocca, non devono essere assimilate ai periodi della storia dell'arte, ma devono essere considerate qui come delle autentiche semiotiche, transitorie, costituite ognuna da un piano dell'espressione e da un piano del contenuto, come tutti i sistemi semiotici propriamente detti. Per sostenere e mantenere questa concezione di classico e barocco, è possibile riprendere gli studi di Wölfflin sull'arte classica e barocca¹⁹. Questi lavori hanno avuto il grande merito di far riconoscere nell'arte classica e barocca due grandi visioni completamente opposte e che è possibile definire reciprocamente a partire da cinque categorie.

La prima vede la caratteristica della linea che si scontra con la pittura, con l'elemento

18 *Ibidem*.

19 Cfr. H. Wölfflin, *Concetti fondamentali della storia dell'arte*, Longanesi, Milano 1964, p. 142.

pittorico: nella visione classica c'è il primato della linea, le figure e le differenti parti delle figure sono realizzate e definite dai loro contorni. È una visione che si sforza di distinguere e creare una gerarchia, e articolare in maniera visibile ciò che ha isolato in un primo momento. La visione barocca, invece, privilegia masse e al loro concatenazione.

Il nemico mortale dell'effetto pittorico è l'isolamento delle forme²⁰.

Così questa visione ama che gli oggetti si intreccino e si confondano, e che diano anche l'oggetto di un'unità in movimento, di un'apparizione in movimento.

La seconda categoria è quella di piani contro la profondità: lo spirito classico opta per uno spazio organizzato in piani distinti, paralleli tra di loro e frontali, grazie al rapporto con un osservatore fisso. Questa attenzione verso i differenti piani è collegata al gusto per la linea, poiché ogni linea dipende da un piano. Lo spirito barocco sceglie al contrario la profondità ed evita che le figure stiano fianco a fianco su un solo piano, dunque non è più possibile organizzare lo spazio costruito in un certo numero di pezzi ben separati.

La terza categoria vede le forme chiuse contro le forme aperte: secondo Wölfflin, riferendosi alla forma classica,

[...] una presentazione si dirà chiusa quando, con dei mezzi più o meno tettonici, l'immagine appare limitata in se stessa, ricondotta a una significazione completa²¹.

Diversamente, si avrà una forma aperta – cioè barocca – quando l'apertura traverserà in ogni direzione, con una sorta di impazienza verso le limitazioni, anche se esiste in ogni caso un'unità intima che ne assicura il carattere esteticamente chiuso. La quarta categoria vede la molteplicità contro l'unità: una totalità classica si presenta come una pluralità di elementi che, pur rimanendo distinti, devono accordarsi. Una bella silhouette, per esempio, sarà decomposta in parti relativamente indipendenti, ciascuna con un suo proprio interesse. A questa preoccupazione classica di localizzare, lo spirito barocco oppone un desiderio di assorbire tutto in una forma unica: un tale principio di unificazione e di intensificazione fa perdere a ciascuna parte la sua autonomia, il suo diritto particolare all'esistenza. Tutto concorre alla propagazione e alla fusione. La quinta categoria oppone la luce all'oscurità: secondo la visione classica, la luce deve servire alla piena manifestazione e all'immediata leggibilità delle forme. Lo spirito barocco privilegerà, al contrario, il valore e la desaturazione cromatica al fine di esprimere una realtà sottomessa al capriccio della luce. Di colpo, la forma chiara sembra allontanarsi da ciò che è oscuro.

Nella presentazione delle cinque categorie di Wölfflin è venuta in luce la ricorrenza di certe nozioni quali la distinzione, la permanenza, l'isolamento da una parte, e la concatenazione, l'istantaneità o l'indivisibilità dall'altra. Organizzando queste ricorrenze si può portare avanti l'idea che queste categorie non siano altro che le cinque facce di una medesima ottica coerente. La caratteristica dell'espressione classica è la "non-continuità", in quanto l'approccio classico del sensibile è fondamentalmente legato alla separazione, alla delimitazione

20 *Ibidem*.

21 *Ibidem*.

ed alla precisa articolazione. È a questo proposito che Wölfflin parla del classico come di uno “stile isolante”. Anche per questo si è scelto di parlare di non-continuità piuttosto che di discontinuità²². Il contenuto classico è associato alla “non-discontinuità”: gli effetti di senso prodotti da questa negazione della continuità sensibile sono del tutto sottomessi al regime della non-discontinuità. L’eternità, la stabilità, “l’adattamento tranquillo”, costituiscono in effetti altrettante interpretazioni o tematizzazioni della negazione di una discontinuità. Nell’espressione barocca si ravvisa la “non-discontinuità”, infatti, contrariamente al classico, il barocco cerca, utilizza o provoca le non-discontinuità del mondo sensibile: privilegerà il prolungamento e la trasgressione (nel senso spaziale del termine) e cercherà motivi plastici quali l’intreccio. Infine, il contenuto barocco segue la “non-continuità”: gli stessi effetti di senso prodotti dal barocco dipendono dalla non-continuità. Wölfflin diceva che la visione barocca aveva «l’arte di ridurre l’istante ad un punto più acuto»²³.

Questa nota dello storico indica peraltro a sufficienza che questa ricerca della non-continuità vive il complesso spazio-tempo e non la sola temporalità. Questo ragionamento permette di formalizzare il principio di solidarietà che unisce le cinque categorie, ma permette anche di comprendere come la compresenza di elementi classici e barocchi nella stessa silhouette – quella di Coco Chanel – costituisca un sistema semi-simbolico. Di fatto, tale sistema è caratterizzato dall’accoppiamento di una categoria del piano dell’espressione con una categoria del piano del contenuto. Il sistema semi-simbolico ha la peculiarità di utilizzare, sia per l’espressione che per il contenuto, la medesima categoria: continuità *versus* discontinuità, invertendone i termini. Abbiamo esaminato la dimensione sensibile della silhouette di Chanel e abbiamo identificato un certo numero di sue caratteristiche formali, topologiche e cromatiche. Ora, queste caratteristiche corrispondono bene a un’opera classica, e volendo si possono elencare. La prima è l’orlato a spighetta del tailleur (l’abito, le tasche) o la silhouette disegnata per l’abito corto nero che illustrano le linearità propria della visione classica. La seconda è il trattamento differente del davanti o del retro dei tailleur, il fianco a fianco delle tasche bordate o ancora il contatto della silhouette col terreno in un luogo preciso ben marcato dalla punta nera delle décolleté che si spiegano come la preoccupazione da una parte di distinguere nettamente un certo numero di piani nello spazio e dall’altra di favorire una vista frontale del look. La terza si riferisce all’effetto di chiusura della silhouette – dato dalla punta nera delle scarpe così come dai capelli corti o dal fiocco – che realizza ciò che Wölfflin chiama “forma chiusa”. La seguente è quella dei contorni delle differenti parti del vestito, la volontà di isolare le forme e la posizione precisa delle rare masse esistenti (collane, bracciali, spilla), che corrispondono al principio della molteplicità del classico. Infine, il privilegio dato ai colori come il beige, il nero, il blu marino, così come la scelta ricorrente di materiali quali il jersey e il tweed, sono da interpretare come mezzi per creare una luce assoluta, e non una luce relativa come ama il genio barocco.

Detto questo, ci sono molti elementi barocchi nella silhouette: sono ancora una volta i bracciali, le collane, le spille, così come la catena della borsa trapuntata. Masse, concatenazioni, fusioni, bagliori o chiarori effimeri, intrecci: i grandi effetti plastici del barocco si riconoscono. E per produrre questi effetti, Chanel si serve, da abile *bricoleuse*, dei ricami

22 *Ibidem*.

23 *Ibidem*.

degli abiti con le bretelle della Russia tradizionale, dei motivi dell'arte orafa bizantina, delle *parures* fiorentine o egiziane come dell'alta gioielleria parigina che, negli anni venti, riscopre i colori e le gemme. Abbiamo però visto che queste masse restano circoscritte, che non mettono per niente in questione l'ordinamento classico della silhouette generale. Accade come se questi elementi della visione barocca non fossero là che per esaltare la visione fondamentalmente classica del look Chanel. E siccome sono i gioielli che assicurano questo contrappunto, sembra che occorra qui sottoscrivere la tesi che Roland Barthes difendeva a proposito della bigiotteria quando la opponeva ai gioielli.

Coco Chanel è una *bricoleuse* la cui visione è fondamentalmente classica. Facendo riferimento alla schematizzazione precedente, gli effetti di senso classici si fondano sul principio della non-discontinuità: gli esseri e le cose si valutano e si apprezzano per il modo di conservare, mentre il barocco li valuta e li apprezza per il modo di eliminare. Quindi, questo conservare, fondatore degli effetti di senso del classico, può essere convertito in valore assiologico e, d'improvviso, divenire l'oggetto di un vero progetto di vita. L'estetica classica può, a queste condizioni, dare i natali a un'etica. Quello che accade nel caso di Coco Chanel. La silhouette che ella ha varie volte arricchito, ridefinito, illustrato e difeso, rappresenta un esempio di costanza e di perseveranza, per riprendere i termini che il filosofo Paul Ricœur utilizza per definire il *polo etico dell'identità*²⁴. Il riconoscimento delle invarianti di questa silhouette, come l'analisi del suo arricchimento progressivo prova che il suo testimoniare, di un intento etico, il cui valore di base è il mantenimento. Questa etica del mantenimento si manifesta in Chanel attraverso le figure gestuali del portamento della testa, delle spalle dritte e della schiena eretta. Ora, queste parti del corpo non possono servire all'espressione del mantenimento se non attraverso un trattamento particolare delle forme dell'abito così come attraverso la loro combinazione, le materie e il trattamento di queste ultime: grazie a un taglio e a una "caduta" particolari, grazie ai capelli che liberano il collo, e fanno da scenografia al portamento. Questo mantenimento può essere mal compreso: non vi si è visto che una sorgente di obblighi insopportabili, ereditati da un'altra epoca, antimoderni per farla breve. E ci sarebbe là una sorta di contraddizione interna in Chanel, la liberatrice.

Di fatto, è necessario capire che, anche se può risultare paradossale, il mantenimento non era in Chanel sinonimo di negazione della libertà. Al contrario, invece, sembra caratterizzare il suo stile attraverso questa complementarità molto particolare tra la libertà ed il mantenimento. Una libertà femminile realizzata e affermata nella dimensione figurativa del look, mentre il mantenimento è manifestato proprio dalla dimensione plastica di questo stesso look. Inoltre, l'effetto di rigidità, una volta esclusa ogni connotazione peggiorativa, si rivela molto utile. Suggerisce molto opportunamente il legame storico che esiste tra il dandismo inglese della fine del XIX secolo e l'etica del mantenimento che lei loda. Poiché spesso si è parlato di rigidità a proposito della *silhouette dandy*, e si sa che il gusto Chanel fu in gran parte formato dal suo amante inglese Boy Capel – "molto serio sotto il suo dandismo", secondo le parole di Coco. Molti aspetti della silhouette e della forma di vita del dandy si riscontrano, di fatto nell'estetica e nell'etica di Chanel. Il dandy si distingueva per una *mise* sobria ma impeccabile; giocava sui colori discreti. Così, Brummell rifiutò e fece passare di moda i

24 P. Ricœur, *Sé come un altro*, Jaca Book, Milano 1993, citato in G. Ceriani/R. Grandi, *Moda: regole e rappresentazioni*, cit., p. 167.

metri di pizzo e seta nei quali le signore alla moda dell'epoca si avvolgevano. Introdusse la staffa per mantenere i pantaloni tirati negli stivali e lanciò l'uso dell'amido per le cravatte. È d'altronde stupefacente ritrovare nella silhouette del dandy la stessa gamma cromatica, lo stesso senso del nero, lo stesso privilegio dato dalla linea che caratterizzano il look Chanel. Ma in realtà è ancora più incredibile constatare come, a questa similitudine di trattamento tra la silhouette dandy e la silhouette Chanel, corrisponda, sul piano del contenuto, una similitudine tra l'etica del dandy e l'etica di Chanel. In effetti, l'etica del dandy si fonda anch'essa su una valorizzazione ed una ricerca del mantenimento.

Il principio della non-discontinuità, a cui si sommano il semantismo classico e la dimensione etica del look Chanel, regola anche la dimensione etica del dandismo. Dopo aver analizzato le dimensioni figurativa e plastica del *total look* di Chanel, come si può spiegare che questo sembri intramontabile? Ecco l'interpretazione di Floch: questo look è intramontabile perché è *estraneo al tempo*, per via delle sue modalità di produzione. È infatti il risultato ancora una volta di un vero *bricolage*, nel senso lévi-straussiano del termine. Il look di Chanel risulta così essere l'esito di un sincretismo, di un lavoro di combinazione e d'adattamento di segni di origini e di epoche assai diverse – anche se provengono dallo stock in definitiva limitato di quello che Chanel conservava seguendo il capriccio delle sue avventure e delle sue curiosità. Questo lavoro, è necessario dire che può continuare senza Chanel stessa, poiché la stessa logica che ha presidiato l'elaborazione di quella struttura che è il *total look* presiede ancora alle idee provate a suo nome, o almeno sotto il suo nome. È il caso dell'introduzione dei jeans da parte di Karl Lagerfeld. Difatti Chanel ha creato il suo look come il “pensiero selvaggio” ha creato i miti. E come Picasso ha realizzato i *collage* cubisti, o Max Ernst i *collage* surrealisti. Montaggio o *collage*, si tratta sempre di lavorare “con gli avanzi” per farne scaturire un senso ulteriore, per rilanciare la macchina della significazione. Chanel, per quel che la riguarda, l'ha fatto per elaborare un “piccola mitologia dell'occhio e dello spirito” e per parlare della virtù di una certa forza d'animo, quella stessa che ammirava nelle donne del XVI secolo, alla visione di alcuni ritratti che conosceva.

Certamente il *bricolage* – e Chanel per prima – lavora con gli avanzi di opere umane che sono, per definizione, produzioni culturali storicamente datate. Ma il paradosso stesso di questo tipo di creazione è che lo sfruttamento e la messa in co-presenza di questi segni sospende la differenza temporale che manifestano, e li dà per suscettibili di passare di moda e che fanno passare di moda. La moda può passare di moda perché è un problema di segni; il look è intramontabile perché è una struttura sensibile e intelligibile, perché è stata elaborata a *spese* dei segni, non tenendo conto infine delle loro caratteristiche storiche né del loro uso originario. È così secondo Floch che bisogna spiegare il carattere “intramontabile” del look Chanel. Nella sua ultima opera, Lévi-Strauss ritorna su questa pratica del *bricolage* che è stata al centro della sua riflessione²⁵. Non lo fa questa volta a proposito di qualche mito indiano ma a proposito dell'opera di Proust²⁶ e in conseguenza di una riflessione dello scrittore J.L. Curtis sul “tempo senza passato e senza futuro”²⁷ che caratterizzava *La Recherche*

25 C. Lévi-Strauss, *Guardare, ascoltare, leggere*, il Saggiatore, Milano 1994, p. 51.

26 M. Proust, *La ricerca del tempo perduto*, Einaudi, Torino 1949-1956, citato in G. Ceriani/R. Grandi, *Moda: regole e rappresentazioni*, cit., p. 169.

27 J. L. Curtis citato in G. Ceriani/R. Grandi, *Moda: regole e rappresentazioni*, cit., p. 170.

du temps perdu. L'antropologo parla allora di "sincretismo estraneo al tempo" della "*petite phrase*" di Vinteuil o della pittura di Elstir. È importante sottolineare che alla fine del *Temps retrouvé*, Proust "paragona il suo lavoro a quello di uno stilista che confeziona un vestito con i pezzi già tagliati in forma; o, se il vestito è troppo usato, lo rattoppa". "Allo stesso modo", prosegue Lévi-Strauss, "termina il suo libro e incolla i frammenti gli uni agli altri per ricreare la realtà, fissando, se un movimento di spalle dell'uno, un movimento di collo compiuto dall'altro. Questa tecnica di montaggio e di collage fa dell'opera il risultato di una doppia articolazione". L'antropologo sa bene di distogliere l'espressione di doppia articolazione dal suo uso linguistico, ma indica che l'espressione gli appare tuttavia legittima "poiché le unità di primo ordine sono già opere letterarie, combinate e concavate per produrre un'opera letteraria di un rango più elevato". Questa analisi vuole mostrare come anche il *total look* di Chanel sia un'opera elaborata secondo una doppia articolazione del tipo descritto da Lévi-Strauss, poiché poggia sull'articolazione di una semiotica figurativa e di una semiotica plastica, e poiché anche il *total look* combina segni (vestimentari) per costituirsi in segno "di un rango più elevato". Perciò non sembra più così assurdo che il *total look* di Coco Chanel sia così estraneo al tempo.

4. *L'abito come seconda pelle simbolica*

Nelle innumerevoli letture passate in rassegna per capire di più sul significato della moda, mi sono imbattuta negli studi di Eugénie Lemoine-Luccioni, allieva di Jacques Lacan. Quest'ultimo sosteneva che "l'abito ama il monaco, dato che in tal modo essi sono uno"²⁸. Lemoine aggiungeva a riguardo: «Non si tratta di una battuta. Il soggetto non ha statuto proprio. Non può rimanere nella privazione totale di un significante che lo definisca. Perciò nel cambiare continuamente l'abito, se, da un lato, il suo inconscio ci guadagna, dall'altro, egli rischia di perdere la ragione. Se non cambiasse mai, in quanto identificato alla propria funzione o al proprio ruolo, il soggetto perderebbe comunque la vita, oltre al proprio inconscio, poiché sarebbe ridotto allo statuto di oggetto. Se se ne privasse completamente, però, egli perderebbe persino il suo essere»²⁹. In qualche modo il vestito sembra essere una seconda pelle simbolica che manifesta la socialità costitutiva dell'individuo. Ma per fare in modo che egli non giunga ad accentuare eccessivamente il carattere alienante di questa socialità, deve poter mettere in atto il gioco delle maschere. Abbigliarsi è in qualche modo darsi una forma che prevede una trasformazione e non un'adesività rigida. La dimensione dinamica dell'abbigliamento si ontologizza solo nei cosiddetti "vestiti rituali", come possono essere la tonaca del prete, la divisa del generale, la toga dell'avvocato, perché l'abito in questo caso viene elevato a blasone con la sua stessa dignità, perché l'abito rituale cerca di sfuggire all'aleatorietà della moda in quanto è «tagliato una volta per tutte»³⁰. Ma cambiare sempre abito (come ci spinge a fare la moda) o non cambiarlo mai sono in realtà due facce della stessa alienazione (come pare dicesse Hegel a proposito dello stile del vestire). Difatti, sempre secondo Lemoi-

28 J. Lacan, *Le séminaire. Livre IX*, 1962, lezione del 30 maggio 1962 (inedito).

29 E. Lemoine-Luccioni, *Psicoanalisi della moda*, Mondadori, Milano 2002, p. 1.

30 E. Lemoine-Luccioni, *Psicoanalisi della moda*, cit., p. 2.

ne, il vestito “non si può dire totale”. Uno stile, come sappiamo, si lascia definire proprio da una certa coerenza nel cambiamento, ovvero da un certo modo di abitare l’abito. Lemoine cita l’abito da cosmonauta come simbolo: “Ma che vestito, quello da cosmonauta! Regge il suo uomo da ogni parte o quasi”. Lacan ha detto che “la capsula dei cosmonauti, strettamente costruita, ricostituisce l’ambiente terrestre e mantiene una solidarietà secondaria in un extramondo aperto”. L’individuo, dunque, si procura una corazza per avventurarsi nell’extramondo che, per il neonato, fu già l’extrauterino. Ma attenzione, il vestito non è solo un oggetto di pura utilità. Il vestito è anche offensivo, perché il cosmonauta parte alla conquista dello spazio. Il vestito aiuta il soggetto a occupare un po’ più di spazio di quanto ne occupi il suo corpo e si tratta di uno spazio specifico. Si tratta di una spazio vitale, una superficie di cui egli ha bisogno perché l’Altro è presente e il corpo vi si perderebbe se non fosse per quel contorno immaginario che il soggetto si dà. L’Altro lo invaderebbe nella sua intimità del suo essere se il vestito non delimitasse il suo territorio, al di là del corpo. Flügel ha chiamato questa caratteristica, “funzione di espansione”. Il vestito crea una frontiera con l’Altro ma al contempo lo seduce. Il soggetto esprime la propria socialità in questi punti nodali. Egli non esiste che per un altro soggetto. I bisogni ancestrali e centripeti di divoramento o di incorporazione immaginaria si volgono verso l’esterno. Ormai il soggetto ex-siste, secondo l’ortografia con cui Lacan traduce Heidegger. Il soggetto esiste solo nel movimento che ruota dall’interno verso l’esterno e viceversa. Roland Barthes, di cui già abbiamo rilevato il punto di vista discutibile, è giunto a una conclusione plausibile. A proposito del fuori e del dentro:

È forse una legge storica che i capi di vestiario siano animati, nel corso del tempo, da una sorta di forza centrifuga: l’interno è incessantemente spinto verso l’esterno e tende a mostrarsi sia parzialmente, al collo, ai polsi, sul davanti del busto, in fondo alla gonna, sia completamente, quando un capo, prima interno, prende il posto di un capo esterno (per esempio lo sweater); questo secondo caso è indubbiamente meno interessante del primo; giacché ciò che vale esteticamente [...] è quel misto sospeso di evidente e di nascosto che la variante di emergenza ha appunto il compito di far significare. L’emergenza insomma avrebbe la funzione di far vedere il nascosto senza però distruggere il suo carattere segreto: così si trova preservata la fondamentale ambivalenza dell’indumento, incaricato di indicare una nudità nel momento stesso in cui la nasconde; è almeno l’interpretazione psicoanalitica che ne danno certi autori; l’indumento avrebbe infondo l’ambiguità di una nevrosi: lo si è potuto paragonare al rossore pudico che invade il viso, come segno di paradossale segreto³¹.

Quando in un abito le frange superano l’orlo in maniera esagerata, il barocchismo del vestito può vedersi come un sintomo. Poiché l’arte barocca, da un certo punto di vista, distrugge il soggetto e l’oggetto. L’irruzione dell’inconscio, invece, mette in luce il soggetto, lo annega nel fantastico. Il vestito dà a vedere, al solo scopo di nascondere, ciò che, in ogni caso, si mostra, vale a dire il desiderio; esso non va oltre. Barthes nella sua analisi strutturale parla di varianti. La variante è ciò che fa muovere la moda, in opposizione a quello che lui chiama l’oggetto e il supporto. Questi ultimi sarebbero di natura materiale e, con la variante, formerebbero la “matrice” della moda. Si può facilmente notare che questa stessa matrice, tuttavia, è un misto. Oltretutto non si può nemmeno sottoscrivere la dicotomia significante/significato quando essa fa del corpo il significato della moda, poiché non esiste corpo nudo.

31 R. Barthes, *Il sistema della moda*, Einaudi, Torino 1970, p. 79.

L'importanza accordata da Barthes alla variante e l'importanza speciale attribuita alle varianti aperto/chiuso o interno/esterno mostra che, per lui, il "vestema" è l'essenza del vestito. Cosa sarà mai questo vestema? È ciò che fa di un pezzo di stoffa un vestito. Allo stesso modo, il "gustema" di Lévi-Strauss è ciò che fa di un pezzo di carne una salsiccia, cioè un alimento³². E cos'è il vestito? È una capsula in cui il soggetto si chiude per poi scoppiare; per andare fuori utilizzando la lingua delle persone che stanno ai margini della società e che soffrono dell'esistenza. Per questo abbiamo citato la capsula dei cosmonauti.

5. La moda è linguaggio

Non tutti i vestiti informano allo stesso livello, questo è certo. La scrittrice Alison Lurie³³ sottolinea come gli abiti debbano sviluppare un vocabolario e una grammatica per potersi costruire come una lingua. La Lurie sostiene che tale vocabolario deve essere grande per lo meno quanto quello di qualunque linguaggio verbale. Inoltre si troveranno negli abiti una serie di dialetti, arcaismi, accenti, slang, lemmi di lingue straniere. Insomma, l'analogia linguistica della scrittrice si spinge forse un po' troppo in là.

A parere della scrittrice, la quantità di articoli che una persona possiede è direttamente proporzionale a quanto essa è in grado di esprimere visivamente, giacché gli abiti sono un vocabolario visuale³⁴. Seguendo questa logica, un individuo con un guardaroba limitato sarà in grado di esprimere solo pochi messaggi attraverso vestiti, mentre una persona che si interessa di moda e ha molti abiti, avrà la possibilità di comunicare molto di più. Non esiste però alcuna prova che ci porti a credere che ciò sia vero. La maggior parte degli abiti comunica talmente poco che nemmeno in grande quantità saranno capaci di dire granché, tanto che risulta ambiguo attribuire al tipico fanatico della moda un potere comunicativo visuale maggiore rispetto, per esempio, a quello di una persona che ha solo pochi vestiti nell'armadio, che però indicano un diverso legame sottoculturale. La Lurie sostiene di aver ravvisato negli abiti una serie di elementi equivalenti a difetti di origine psicologica: una persona che si veste sempre nella stessa maniera è coerente, mentre una donna che si veste da bambina, ricorda la "blesità infantile". I colori forti sono come delle urla, mentre gli abiti incolori sono indicativi dell'incapacità di parlare a voce alta³⁵. Le analogie di Lurie non convincono più di tanto, soprattutto quando cita l'esempio di una cravatta a tinte forti come segno di virilità e un prete senza cravatta come simbolicamente castrato³⁶. Il libro della Lurie³⁷ si basa interamente su un'analogia vacillante tra gli abiti e il linguaggio, che però pretende di essere più di un'analogia, in quanto vuole arrivare ad affermare l'uguaglianza tra i due elementi. Il postulato rimane una congettura inconsistente sostenuta solo da una serie di analogie, molte delle quali molto lacunose. L'autrice non fornisce una teoria su come leggere gli abiti in quanto lingua. Sicuramente comunicano qualcosa, ma cos'è esattamente questo qualcosa? La studiosa Lu-

32 Cfr. C. Lévi-Strauss, *Il pensiero selvaggio*, il Saggiatore, Milano 1964, p. 50.

33 Cfr. A. Lurie, *The language of Clothes*, Henry Holt and Company, New York 2000, p. 101.

34 *Ibidem*.

35 *Ibidem*.

36 *Ibidem*.

37 *Ibidem*.

rie crede di avere una visione del linguaggio molto vicina alla teoria linguistica delle idee, alla quale conferisce un'impronta psicanalitica. Secondo tale teoria, l'espressione linguistica assume significato tramite associazioni con idee indipendenti dal linguaggio presenti nella coscienza umana. Questa ipotesi, sostenuta soprattutto dagli empiristi inglesi, presenta delle difficoltà insormontabili al momento di spiegare il funzionamento della lingua, e la parte più cospicua della filosofia del linguaggio contemporanea, muove proprio dalla critica di essa³⁸.

Fu Roland Barthes a intraprendere il percorso di interpretare gli abiti come una sorta di lingua³⁹. L'autore si propone di studiare il sistema della moda, che definisce come la totalità delle relazioni e delle attività sociali necessarie all'esistenza della moda stessa. Distingue tre aspetti nell'abbigliamento: l'indumento reale, l'indumento rappresentato e l'indumento utilizzato⁴⁰. Sono questi i tre stati che l'abbigliamento assume nel suo viaggio attraverso il sistema della moda. Il primo è il capo concreto che viene prodotto, il secondo è l'articolo di vestiario che si mostra nelle riviste di moda, mentre il terzo è l'abito che si compra e si indossa. Barthes si concentra sull'indumento rappresentato. Ciò che troviamo è un capo che viene sempre preceduto da una rappresentazione, che riceve la sua forma definitiva dal discorso della moda. Perciò Barthes insiste nel dire che non si può premettere l'indumento reale al suddetto discorso e che la sequenza andrebbe capovolta per partire dal discorso costitutivo e giungere alla realtà che si è venuta a costituire⁴¹. A questo punto si comprende come essere alla moda non dipenda da una qualità materiale del vestito, bensì sia un prodotto del linguaggio della moda stessa. Per capirne il significato, allora, è necessario proporsi di comprendere la lingua che la costituisce *come* moda⁴².

Egli voleva studiare gli abiti scritti, cioè quelli senza una funzione pratica, come vengono presentati nelle riviste, perché ciò che resta, una volta allontanata questa funzione, è il puro significato. Inoltre, l'abito scritto non contempla nessuna vaga temporalità. Questo è un dato importante, giacché Barthes vuole procedere a uno studio sincronico della moda più che diacronico. In sostanza intende studiare un sistema statico. Lo spunto è originale se si pensa che una prospettiva che congela la moda in un istante determinato, porta all'abolizione di quella temporalità che costituisce la natura della moda stessa. In linea con de Saussure, Barthes opera una distinzione tra significante e significato, che possiamo tradurre nella differenza tra l'aspetto materiale e quello semantico del segno. Ogni segno necessita di entrambi questi aspetti, ma il loro rapporto è arbitrario. Il rapporto tra un indumento e un significato è totalmente arbitrario. Tanta gente parla di "linguaggio della moda" in modo fuorviante perché crede che un determinato modello o colore possieda un nesso non arbitrario con un significato dato. Nonostante la natura convenzionale del rapporto tra significante e significato, la loro relazione è regolata da un codice che è un apparato di regole condivise atte a collegare un significante a un significato. Se non si conosce tale codice, sarà impossibile orientarsi all'interno del sistema. Non si potrà capire che una giacca con la cravatta ha un significato più formale che una giacca da sola, dato che la cravatta in sé non indica formalità. In ultima

38 Cfr. Lars Fr. H. Svendsen/S. Saatela, *Det sanne, det gode og det skjonne*, Universitetsforlaget, Oslo 2004, p. 68.

39 Cfr. R. Barthes, *Il sistema della moda*, cit., p. 54.

40 *Ibidem*.

41 Cfr. Lars Fr.H. Svendsen, *Filosofia della moda*, Guanda, Parma 2006, p. 73.

42 *Ibidem*.

analisi non si ricava molto dalla ricerca di Barthes. A suo giudizio la retorica degli abiti non produce mai elaborazioni di significato profonde. Che cosa significa un capo d'abbigliamento? Da cosa deriva il proprio significato? Si potrebbe rispondere che un vestito significa ciò che lo stilista intende dire creandolo. Nell'ermeneutica contemporanea trova consenso l'idea che l'artista non ricopra un ruolo di primo piano nell'interpretazione delle opere che ha creato. Un'alternativa può essere che il significato sia da ricercarsi nella coscienza di chi indossa l'abito, ma non sembra una soluzione plausibile.

Ora, piuttosto che vedere negli abiti una lingua secondo l'accezione comune, può rivelarsi interessante descriverli come una "lingua visuale", usando un'espressione dello scrittore Hermann Broch⁴³. Gli abiti sono semanticamente instabili perché dipendono dal contesto. Sono "testi aperti", capaci di ricevere sempre nuovi significati⁴⁴. Entra poi in gioco anche l'aspetto temporale. In aggiunta all'instabilità semantica, gli abiti hanno anche un altro grande problema come portatori di significato: tendono a perderlo man mano che la moda si propaga. Negli ultimi anni abbiamo assistito al ritorno della stravaganza, l'ostentazione del lusso, che in minimo grado sembra rivendicare il diritto a *dire* qualcosa. Accettare questo significa ammettere che oggi la moda è praticamente incapace di comunicare qualcosa di significativo. Può darsi che siano i capi d'abbigliamento sottoculturali ad avere un significato piuttosto che la moda industriale, ma sono molto inaffidabili e soggetti al cambiamento. Se nella società feudale un tipo di abbigliamento aveva la forza di esprimere un'informazione, ciò è quasi impossibile nella moda contemporanea, che forse non trasmette un messaggio ma lo è essa stessa⁴⁵.

43 Cfr. H. Broch, *Hofmannsthal e il suo tempo*, Editori Riuniti, Roma 1981, p. 31.

44 Cfr. D. Crane, *Fashion and Its Social Agendas: Class, gender and Identity in Clothing*, The University of Chicago Press, Chicago/London 2000, p. 76.

45 Cfr. L. Fr.H. Svendsen, *Filosofia della moda*, cit., p. 81.