

Necessità dell'apparenza e memoria dell'effimero: Il doppio volto della moda nella riflessione estetica di Th. W. Adorno

di

ANTONIO VALENTINI

ABSTRACT: *Necessity of Appearance and Memory of Ephemeral: The Double Face of The Fashion in the Aesthetical Reflection of Theodor W. Adorno.* The aim of the paper is to investigate the question of the art-fashion relationship as it emerges, in a theoretical context full of (necessarily) unresolved tensions, from the aesthetical-philosophical reflection of Theodor W. Adorno. In particular, the paper highlights how, underlying the idea according to which modern art must open itself (consciously) to the encounter with fashion – to the point of introjecting it into the same sensible structure of the work, i.e. into its “form” –, two motivations are essentially traceable. That is, on the one hand, the ability that fashion has to embody the non-transcendibility of the ephemeral, therefore the impossibility of redeeming-sublimating the dimension of caducity, and on the other hand its ability to exhibit the necessity of appearance: the right that the sensible has to value in itself, beyond any metaphysical justification.

KEYWORDS: Art, Fashion, Theodor W. Adorno, Temporality, Appearance

ABSTRACT: Obiettivo del saggio è indagare la questione del rapporto arte-moda così come questa emerge, in un contesto teorico carico di tensioni (necessariamente) irrisolte, dalla riflessione estetico-filosofica di Theodor W. Adorno. In particolare, il saggio mette in evidenza come, alla base dell'idea secondo la quale l'arte moderna deve aprirsi (consapevolmente) all'incontro con la moda – fino a introiettarla nella stessa struttura sensibile dell'opera, e cioè nella sua “forma” – siano rintracciabili due motivazioni di fondo. E cioè, da un lato, la capacità che la moda ha di incarnare la non-trascendibilità dell'effimero, l'impossibilità dunque di redimere-sublimare la dimensione della caducità, e dall'altro la sua capacità di esibire la necessità dell'apparenza: il diritto che il sensibile ha di valere di per sé, al di là di ogni sua giustificazione metafisica.

KEYWORDS: arte, moda, Theodor W. Adorno, temporalità, apparenza

1. La “verità” della moda e la sua (paradossale) “complicità” con la logica del dominio

All'interno della riflessione estetica di Th. W. Adorno, una delle questioni filosoficamente più significative è senz'altro quella relativa al nesso arte-moda. E a indicarci una possibile pista di indagine da seguire nella perlustrazione di questo tema – non soltanto di evidente attualità ma anche carico di implicazioni sotto il profilo etico-politico – è, in particolare il passo, tratto da *Teoria estetica*, qui di seguito citato. Scrive, dunque, Adorno:

Questa [la moda] ha la propria verità in quanto coscienza inconsapevole del nucleo temporale dell'arte, e ha diritto normativo nella misura in cui, a sua volta, non viene manipolata dall'amministrazione e dall'industria culturale, non viene separata dallo spirito oggettivo. Grandi artisti da Baudelaire in poi sono stati in combutta con la moda; laddove l'hanno denunciata sono stati smentiti dagli impulsi del loro stesso lavoro. Benché l'arte faccia resistenza alla moda quando questa vorrebbe livellarla eteronomamente, è però d'accordo con essa nell'istinto per il conto degli anni, nell'avversione al provincialismo, a quella subalternità da cui bisogna tenersi lontani, come recita l'unico concetto umanamente degno di livello artistico¹.

In questo passo, sono contenuti elementi di notevole rilievo. Adorno, intanto, stabilisce una relazione fra due termini che, almeno in prima battuta, sembrerebbero antitetici, tali cioè da escludersi reciprocamente, e cioè: la nozione di “moda” e la nozione di “verità”. Se è vero infatti che a quest'ultima la cultura occidentale ha da sempre attribuito, nella gerarchia ideale dei valori, il più elevato e il più nobile dei ranghi – come in particolare attesta la sua lettura onto-teologica in termini di “fondamento” o di “essenza” –, è anche vero che l'idea di moda si è invece imposta, nella storia dell'estetica, come una figura di pensiero che trae la sua specificità dalla stretta connessione che, perfino etimologicamente²,

¹ Th. W. Adorno, *Ästhetische Theorie*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1973 [1970] (ed. it. a cura di F. Desideri-G. Matteucci, *Teoria estetica* [d'ora in poi: *TE*], Einaudi, Torino 2009, pp. 257-258).

² “Moda” dall'avverbio latino *modo*, che significa – tra l'altro – “ora”, “adesso”, “subito”. Sul nesso moda-modernità, con particolare riguardo alla riflessione filosofica di W. Benjamin, cfr. U. Lehmann, *Tigersprung. Fashion in Modernity*, The MIT Press, Cambridge (Mass.)-London 2000, in part. pp. 4-51.

la lega a motivi tradizionalmente giudicati meno “degni” (sotto il profilo etico-pratico e cognitivo), o comunque meno meritevoli di “interesse” e di “attenzione”, quali l'effimero e il transitorio, ma anche (e per ciò stesso) il frivolo e il capriccioso, il fatuo e l'inconsistente³.

Sempre con riferimento al passo adorniano summenzionato, c'è però un altro aspetto da rimarcare. E cioè il fatto che l'idea di moda, nella lettura che ne propone Adorno (e che molto deve all'interpretazione benjaminiana del “moderno”), rinvia innanzitutto al tema della merce e della mercificazione. È quanto lo stesso Adorno traduce, nel passo appena evocato, con le nozioni, tra loro intimamente correlate, di «amministrazione» e di «industria culturale». Nell'orizzonte del sistema capitalistico-borghese, infatti, moda è l'infinita produzione di quel *sempre-uguale* che è il consumo di beni suscettibili di vendita-acquisto. Sotto questo profilo, moda è l'eterno ritorno di una novità nella quale, però, la ragione critica – in quanto uso autenticamente comprendente del pensiero – ha la virtù di cogliere l'espressione di un identico. Se la moda dunque è tale perché *cambia continuamente*, vi è tuttavia qualcosa, nel movimento di questo interminabile (e anche rapido, o addirittura rapidissimo) mutare, che comunque permane, che si sottrae cioè al piano della contingenza. Dal che, appunto, consegue la leggibilità del fenomeno-moda non più (o non solo) in termini di “variazione”, e quindi di “trasformazione”, ma anche, e in primo luogo, in termini di “ripetizione”. Da questo punto di vista, ciò che la moda certifica è il trionfo di una *logica destinale*, e dunque di un'istanza di necessità, che sembra mettere fuori gioco ogni apertura alla possibilità del possibile.

Il fatto è che, nell'incessante metamorfosi dei volti contingentemente assunti dalla moda, quanto si ripete è la stessa *logica* posta a fondamento del fenomeno-moda, e cioè quella logica del profitto e della redditività che si incarna nella figura del circolo marxiano “denaro-merce-denaro”. È proprio questo, allora, uno dei tratti salienti di quello che Adorno chiama il “mondo amministrato”, intendendo con ciò il sistema dei rapporti di forza fattualmente vigenti all'interno della società capitalistico-borghese. Ciò che la caratterizza è l'ineso-

³ Oltre al già citato, e assai importante, contributo di Lehmann, si vedano anche, in merito, E. Wilson, *Adorned in Dreams. Fashion and Modernity* (1985), I. B. Tauris & Co Ltd 2003 (trad. it. di M. Giambò, *Vestirsi di sogni. Moda e modernità*, a cura di L. Ruggerone, Franco Angeli, Milano 2008) e N. Squicciarino, *Il profondo della superficie. Abbigliamento e civetteria come forme di comunicazione in Georg Simmel*, Armando Editore, Roma 1999.

rabile tornare ad accadere di quella dinamica, *fantasmagoricamente* spacciata per “naturale” ma in realtà storicamente determinata⁴, per cui il “valore d’uso” delle cose tende ad essere annullato, o rimosso, a esclusivo vantaggio del loro “valore di scambio”. Ebbene, è esattamente dal primato attribuito al valore di scambio, dal privilegiamento cioè dell’astratto sul concreto, o del quantitativo sul qualitativo, che consegue la riduzione di ogni ente al rango di *positum*: al rango di oggetto “disponibile” e “accessibile”, matematicamente misurabile e spazialmente occupabile, in vista del conseguimento di quell’unico fine che è la produzione del consumo⁵. Questo significa che, nell’orizzonte del “mondo amministrato”, in quanto mondo mercificato, l’ente vale *solo* in quanto oggetto di una potenziale compravendita.

A determinare così il senso dell’ente, di ogni ente, è la sua comprensione come “equi-valente”. E questo perché, secondo la logica identitaria che informa il dispositivo della mercificazione, ogni ente è la sua utilizzabilità e sfruttabilità in quanto oggetto inserito in una rete di traffici e trasporti il cui fine, preventivamente fissato, è l’incremento della quantità di denaro investita nella messa in esercizio dell’iniziativa imprenditoriale: il ritorno con un saldo in attivo rispetto al conto di partenza⁶. A profilarsi, dunque, è uno scenario all’interno del quale ogni ente finisce per essere pensato-valutato come identico a ogni altro ente: a ogni altro ente che appunto possiede, nella relazione tra “cliente” ed “offerente”, il medesimo valore di scambio. Di qui, allora, il venire in primo piano di quei processi di alienazione, e insieme di reificazione, che consistono nella sempre più radicale e pervasiva riduzione dei *rapporti tra uomini*, in quanto rapporti sussistenti tra singolarità incarnate, alla condizione di meri *rapporti tra cose*: tra essenti che, ormai, si qualificano per il loro carattere desensualizzato e destorificato. Per la loro esclusiva leggibilità, cioè, in funzione di una logica strumentale che, in ogni fenomeno, vede soltanto il caso particolare di una regola astratta: l’“esempio”-*Beispiel* di una classe più generale di elementi.

⁴ La nozione di “fantasmagoria”, com’è noto, è al centro del *Passagen-Werk* di Benjamin.

⁵ Su questo, cfr. M. Cacciari, *Il produttore malinconico*, introduzione a W. Benjamin, *L’opera d’arte nell’epoca della sua riproducibilità tecnica*, trad. it. di E. Filippini, Einaudi, Torino 2011, pp. V-XLVI.

⁶ Su questo, cfr. P. Sloterdijk, *Die letzte Kugel. Zu einer philosophischen Geschichte der terrestrischen Globalisierung*, in *Sphären II. Globen*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 2001 (trad. it. di B. Agnese, *L’ultima sfera. Breve storia filosofica della globalizzazione*, Carocci, Roma 2005).

Ciò si spiega col fatto che, in questa prospettiva, ad agire – in termini simmeliani – come *equivalente universale* è proprio il denaro. Quello stesso denaro che ha la capacità di rendere omogeneo e uniforme ciò che qualitativamente non lo è: ciò che di per sé non sarebbe sussumibile sotto principi universali, o sotto categorie date *a priori*. Questo significa che il primato assegnato al valore di scambio implica una soppressione dell'individualità delle cose. Una negazione, quindi, della loro unicità: della loro non-riducibilità a schemi modellati su un uso del pensiero di tipo deduttivo e dimostrativo, computazionale e combinatorio. È proprio il denaro, in definitiva, a operare come livellatore supremo: come principio capace di neutralizzare quel carattere inappropriabile e inoggettivabile delle cose che – per dirla con Benjamin – fa tutt'uno con la loro "aura", da intendersi come espressione della inestinguibile eccedenza di senso implicita nella concretezza del loro apparire⁷. È quanto per Adorno costituisce, com'è noto, l'"in sé" delle cose, ossia il "più" del fenomeno (il *mehr*): quel fondo opaco che, nella datità dell'ente percepito, trascende ogni sua possibile rappresentazione determinata – e quindi ogni sua possibile definizione in termini logico-analitici –, affiorando obliquamente al suo interno, e per il favore stesso delle sue qualità sensibili, come l'altro *del dato*⁸.

Che la moda, dunque, compori una (almeno tendenziale) negazione di ciò che Adorno appunto chiama il "più" del fenomeno, è una conseguenza della sua «palese dipendenza [...] dall'interesse del profitto» e del suo «compattamento con il meccanismo capitalistico»⁹. È quanto mostra, ad esempio, il modo d'essere e di operare dello stesso «mercato dell'arte», che «finanzia i pittori ma in compenso, di recente, pretende apertamente o di nascosto che essi consegnino qualcosa che gli si richiede sia conforme a una loro maniera che abbia mercato»¹⁰. E questo fino al punto di dare luogo alle «cosiddette mode artistiche», dove a essere immediatamente infranta – fa notare ancora Adorno – è la stessa «autonomia» dell'opera: quella sua "legalità" che essa è chiamata a darsi *liberamente*, senza farsela dettare cioè da quanto le è eteronomo, e che sola le consente di affermare la propria lontananza, ossia la propria differenza, rispetto all'empiricamente

⁷ In particolare, sul nesso "aura"-opera d'arte, cfr. *TE*, p. 61.

⁸ In proposito, cfr. G. Di Giacomo, *Arte e modernità. Una guida filosofica*, Carocci, Roma 2016.

⁹ *TE*, p. 429.

¹⁰ *Ibidem*.

esistente¹¹. Sotto questo aspetto, a rendere «contestabile»¹² la moda è il ruolo metabolicamente attivo che essa può svolgere nel contesto di quelle pratiche, o di quelle strategie, perfettamente integrate nel “mondo amministrato”, il cui tratto distintivo è il loro essere orientate, in modo tanto più efficace quanto più abilmente dissimulate e ideologicamente mediato, verso la ratifica dell’esistente: verso la promozione a-critica delle sue strutture di significato e della logica appropriativa ad esse sottesa.

Nel passo adorniano dal quale ha preso le mosse la nostra analisi troviamo però un’osservazione, teoreticamente cruciale, che esige di essere attentamente meditata. Lì, infatti, Adorno sostiene che la moda ha comunque una sua «verità». E questo “contenuto di verità”, ascrivibile appunto alla moda, è qualcosa che le può essere attribuito solo *a una condizione*. Solo a condizione cioè che la moda – la cui immanenza alla logica del dominio è in ogni caso confermata, nella modernità, dalla sua attitudine ad abbandonarsi, «come in stato di ebbrezza», alla datità di un «sociale essere-così-e-non-altrimenti»: al destino di «estraniazione» che sembra ineluttabilmente pesare su ogni figura dello «spirito obiettivo»¹³ – venga presa in considerazione come espressione, sia pure ancora immediata, di quel “nucleo temporale” che l’opera d’arte moderna, invece, ha la capacità di esibire in modo “riflesso”, essendo il risultato della sua *trasformazione “in immagine”*. Qui, infatti, Adorno scrive che la moda «ha la propria verità in quanto coscienza inconsapevole del nucleo temporale dell’arte». La verità della moda consiste, dunque, nella sua connessione con la dimensione del tempo, con l’idea cioè della caducità.

Sotto questo specifico aspetto, allora, la moda può legittimamente rivendicare un qualche «diritto normativo» *anche* nell’orizzonte della produzione artistica. Il che, però, può avvenire solo all’interno di una prospettiva autenticamente *critica* e quindi, secondo Adorno, solo per il favore della funzione che nell’opera viene svolta dalla sua *forma*. Da quella medesima forma che, in quanto tale, è l’esito una sintesi dell’eterogeneo, e quindi di un *poiein*: di un lavoro di unificazione e, insieme, di organizzazione del molteplice. Con ciò si sta infatti nominando un’attività che, sia pure nel contesto di una dinamica ad alto tenore tensivo – quel complicato “gioco” all’interno del quale a cortocircuita-

¹¹ *Ibidem*.

¹² *Ibidem*.

¹³ Ivi, pp. 429-430.

re tra loro sono, da un lato, la ricettività-passività del momento “erotico” (il polo della a-intenzionalità) e, dall'altro, l'attività-spontaneità del momento “conoscitivo” (la quota di intenzionalità inerente al processo di trasformazione “in immagine” del percepito)¹⁴ –, mette capo alla costruzione di un artefatto, ossia di un “prodotto”. Questo, però, con la consapevolezza che a rendere “artistico” un tale prodotto, di per sé affine alle altre “cose” che popolano il mondo empirico, è la sua capacità di distinguersi dal piano delle “semplici *res*”. La sua capacità, cioè, di esibire quell'autonomia – quel carattere monadologico e intransitivo della propria oggettualità – che salva l'opera da ogni subalternità nei confronti dell'esistente (una condizione, questa, che nel passo citato in apertura Adorno definisce come «provincialismo») ma che, in essa, paradossalmente, non può essere mai disgiunta dall'istanza della non-autonomia, o della eteroreferenzialità.

Che la moda, dunque, possa rivendicare un «diritto normativo» – come, appunto, scrive Adorno – solo «nella misura in cui, a sua volta [...] non viene separata dallo spirito oggettivo» significa che a rendere legittima, e anzi necessaria, la connessione tra arte e moda è, innanzitutto, l'idea di una forma artistica che sorge, e che non smette di “mostrare se stessa”, come l'obiettivazione di una “spiritualità”, o di un processo di “spiritualizzazione”, di fatto coincidente con la storicità condensata al suo interno. Di qui, allora, l'idea secondo la quale è proprio «attraverso» la moda che l'arte «comunica» con quello «spirito oggettivo, ancorché non-vero»¹⁵ che è il modo d'essere della realtà nell'epoca del capitalismo avanzato. A essere, infatti, definibile in termini di “spirito”, o di “spiritualizzazione”, è la profondità inapparente incorporata nella stessa superficie dell'opera: è quella sua componente *mimetico-espressiva* (ciò che Adorno chiama anche il momento del «non posto»)¹⁶ che implicitamente palpita nell'apparenza fenomenica dell'oggetto artistico, che non cessa cioè di *ri-velarsi* attraverso la determinatezza del «soggettivamente prodotto»¹⁷ (tutto ciò che, nell'opera, si colloca piuttosto dalla parte del “costruito” e dell’“intenzionale”, della “conoscenza” e dell’“esplicitzza”).

Per quell'arte, allora, che adesso “sa” di non poter mai davvero trovare la sua “misura” – in quanto misura del proprio differire dal reale,

¹⁴ Sul nesso “eros-conoscenza”, cfr. *TE*, pp. 447-450.

¹⁵ *Ivi*, p. 429.

¹⁶ *Ivi*, p. 73.

¹⁷ *Ibidem*.

essendovi tuttavia immersa – se non nella intelligente disponibilità al confronto con la moda, quest’ultima viene a configurarsi come un *termine di paragone* privilegiato e, a ben vedere, irrinunciabile. E questo perché è appunto la moda a esibire, sia pure in modo ancora irriflesso, l’insopprimibilità di quel *nucleo temporale* che nell’arte, invece, viene a manifestazione in modo programmatico e autocosciente. Se è vero dunque che, nell’opera, la forma è «contenuto sedimentato»¹⁸, se la materialità dell’opera cioè consiste nel suo darsi come espressione di una storicità che risulta coagulata nei suoi stessi mezzi sensibili, allora è anche vero che la moda – in quanto figura emblematica di una modernità nel cui *ethos* la transitorietà del puramente effimero e l’(apparente) immutabilità del sempre-uguale si rivelano reciprocamente solidali – può e deve funzionare, per l’arte, non già come un *dato* da-constatare-e-riprodurre – che è quanto accadrebbe se il tenore mimetico dell’opera fosse leggibile nei termini di una mera *Nachahmung*: di una piatta reduplicazione del già-esistente –, ma piuttosto come un *insieme di possibilità* non ancora esplicitate.

Questo vuol dire che, nella moda, l’arte moderna è chiamata a leggere un vero e proprio *materiale inventivo*. Si tratta cioè di un materiale, virtualmente inesauribile, che attende di essere interiorizzato e ri-configurato, esplorato nel suo statuto e insieme ri-utilizzato. Il che, però, può avere luogo solo nell’orizzonte di pratiche e procedure dove è pur sempre la “legge di movimento” immanente all’opera – quella “regola” cioè che l’opera, in senso kantiano, dà a se stessa liberamente – ad agire come *a priori*, come principio sintetico, dell’introiezione e insieme della trasfigurazione della moda. Se è vero, quindi, che «grandi artisti, da Baudelaire in poi, sono stati in combutta con la moda», è anche vero che, in questi casi, a marcare una differenza decisiva, rispetto a ogni pratica invece docilmente acquiescente alla logica strumentale vigente nel mondo, è stato proprio il *modo* in cui la “grande” arte ha saputo instaurare con la moda una relazione fruttuosamente interattiva, e anzi addirittura “collusiva”. Il fatto, cioè, che l’arte abbia saputo vedere in essa un materiale da *plasmare altrimenti*. Si tratta, dunque, di un materiale che l’arte ha saputo sottrarre al suo abituale contesto di intelligibilità, per inscrivere poi nella compaginazione sensibile dell’opera: in quel campo energetico, abitato da tensioni polari necessariamente irrisolte, che è la sua tessitura formale. Il che, come esemplarmente testimonia l’opera di un autore

¹⁸ Ivi, p. 8.

come Baudelaire, è avvenuto – e, più in generale, *deve poter* avvenire – secondo una modalità “astuta”¹⁹, e cioè secondo dosaggi e proporzionamenti intelligentemente educati, culturalmente affinati.

2. Arte e moda nell'orizzonte della modernità: tra “accordo” e “resistenza”

Già a questo livello, allora, ad affiorare con chiarezza è un punto di estrema importanza. E cioè la messa in rilievo, da parte di Adorno, del carattere fondamentale *duplice* dell'atteggiamento, o della postura, che l'arte moderna è chiamata ad assumere nei confronti del fenomeno-moda. Questa duplicità potrebbe essere anche descritta nei termini di un *accordo* che è, insieme, e paradossalmente, un'*opposizione*. Scrive, infatti, Adorno: «L'arte, se non vuole svendersi, deve resistere alla moda, ma anche vivificarla per non diventare cieca nei confronti del corso del mondo, suo contenuto oggettivo»²⁰. In questo senso, osserva ancora Adorno, «l'artista della *vie moderne* è [...] quello che resta padrone di sé perdendosi in ciò che è del tutto effimero»²¹. *Per un verso*, allora, l'arte moderna deve in qualche modo “assimilarsi” alla moda: deve cioè instaurare con essa, con il suo modo d'essere e di operare, una relazione che sia, al contempo, mimeticamente intonata e semanticamente densa, tale cioè da dischiudere sempre nuovi varchi di comprensione. E questo perché è proprio la moda a “ricordare” all'arte la sua non-trascendibile temporalità: il tenore intimamente storico di quel “contenuto di verità” che, per Adorno, è immanente alla forma stessa dell'opera.

E tuttavia, *per altro verso*, l'arte deve avere la capacità di mettere in questione la moda: deve saperne prendere le distanze, deve essere in grado di sottoporla al vaglio di un esame critico. E questo perché, nella moda, come s'è detto, si riflette e si perpetua l'universale “nesso di accecamento”: quella logica del dominio nella quale Adorno riconosce la «cattiva irrazionalità del mondo razionale quale mondo amministrato»²². Da questo punto di vista, se la moda è qualcosa di funzionalmente inerente alla diade “amministrazione-industria

¹⁹ Su questo, cfr. A. Valentini, *The modern aspect of “metis”: flânerie and strategies of sense in the labyrinth of the metropolis*, «Studi di Estetica» 3 (2020), pp. 209-227.

²⁰ TE, p. 430.

²¹ *Ibidem*.

²² Ivi, p. 73.

culturale”, allora è proprio di una tale inerenza che l’arte non può mai rinunciare a essere la testimonianza: la presentazione sensibile. Proprio questo, infatti, la mette in condizioni di assolvere alla sua inderogabile prestazione referenziale nei confronti di quell’altro da sé che è la realtà. Una realtà che, “oggi” – l’“oggi” di Adorno, ma anche l’“oggi” nel quale si trova a vivere e ad agire l’abitatore della contemporaneità –, appare tanto più insensata quanto più l’azione astraente e uniformante esercitata al suo interno dalla ragione strumentale tende invece a porsi, arbitrariamente, come l’unica possibile modalità di realizzazione del senso.

A essere, però, particolarmente interessante, nel passo adorniano scelto come punto d’avvio del nostro discorso, è soprattutto quello snodo in corrispondenza del quale si afferma che l’arte è «d’accordo» con la moda nell’«istinto per il conto degli anni». A questo riguardo, può essere ermeneuticamente vantaggioso chiamare in causa la riflessione che Giacomo Leopardi ha sviluppato intorno al fenomeno della moda. Proprio in corrispondenza delle battute iniziali del suo *Dialogo della Moda e della Morte*, contenuto nelle *Operette morali*, Leopardi fa pronunciare alla Morte queste parole, concettualmente preziose: «Passato è già più che ’l millesim’anno che sono finiti i tempi degl’immortali»²³. Ciò che risuona, qui, è il senso profondo della modernità. A contrassegnare quest’ultima, infatti, è la *caduta degli Immutabili*: la distruzione di ogni significato che pretenda di valere, apoditticamente, al di là del tempo. Sotto questo profilo, il tramonto degli Immutabili è la dissoluzione di quell’ordine “simbolico” al quale la modernità oppone, secondo la grammatica speculativa elaborata da Benjamin, la coscienza dello smembramento “allegorico”, l’esibizione cioè di una frammentarietà e di un’incompletezza che appaiono ormai non più redimibili.

Ma, se è vero che la modernità sancisce la caduta degli Immutabili, o degli Eterni, è anche vero che è proprio il fenomeno della moda a farsene “rappresentante” nella forma più eloquente, e anche più radicale. Il testo leopardiano in questione ruota, appunto, intorno a questa consapevolezza, sicuramente dolente ma insieme improntata a una tagliente, e pur tetra, ironia. Moda e Morte, infatti, hanno molto in comune. Ed è proprio Moda a dichiarare questa affinità, come mostra con vivida icasticità quel passaggio in corrispondenza del

²³ G. Leopardi, *Dialogo della Moda e della Morte*, in Id., *Operette morali*, ed. a cura di L. Melosi, Rizzoli, Milano 2008, p. 129.

quale Moda invita Morte alla rammemorazione del fatto che entrambe sono «nate dalla Caducità»²⁴. Non solo, ma a giocare qui un ruolo dirimente è il fatto che la Morte, nel momento in cui viene posta al cospetto di quel suo interlocutore al contempo “polemico” e “complice” che è la Moda, sembra uscire in qualche modo sconfitta dal confronto con la potenza della sua (paradossalmente fraterna) “rivale”.

Ed è ancora una volta la Moda a decretare questa sconfitta: «Se noi avessimo a correre insieme il palio – dice – non so chi delle due si vincessesse la prova, perché se tu corri, io vo meglio che di galoppo; e a stare in un luogo, se tu ne svieni, io me ne struggo»²⁵. Se la Morte “corre”, dunque, la Moda “va al galoppo”. Il risultato è che, di fronte al manifestarsi della Moda, e della sua invincibile potenza, la Morte finisce per essere estromessa da quel suo “territorio naturale” che è il divenire: dal mondo, dunque, del nascere e del perire. E questo al punto che la Morte, ormai, è costretta ad accettare di giocare la sua partita secondo movenze e regole procedurali che è la stessa Moda, ciecamente, a imporre. Moda, infatti, sembra attrarre Morte all'interno di un orizzonte qualitativamente diverso e per lei estraneo: il mondo dell'insignificante e del meramente esteriore, il mondo delle “piccole differenze” e dei *costumi* contingentemente adottati dall'uomo nella sua frequentazione del quotidiano (le “opinioni”, le “assuefazioni”). Un mondo, questo, che sembra ora qualificarsi per la sua neutralità rispetto alla dimensione del tempo, giacché al suo interno ciò che manca è proprio il *sensu della fine*, come pure il *sensu della finalità*: l'idea, cioè, di un *telos* capace di spiegare, retroattivamente, il nostro “essere in cammino” verso il suo raggiungimento.

Nell'orizzonte della moda, che pure – per eccellenza – è l'orizzonte della caducità, l'idea stessa di tempo sembra insomma aver perduto ogni significato. Dal che consegue il dileguare della stessa idea di “morte”: la dissoluzione del senso della fine, come pure del senso della finalità, comporta la cancellazione di quell'idea di morte secondo la quale il “morire” significa, e a motivo di una necessità saldamente inscritta nella stessa “natura” delle cose, il loro dover sfiorire per poi eclissarsi nel nulla. Ora, uno degli aspetti principali da sottolineare è il fatto che, nel territorio della moda, a valere è *ciò che non ha valore*: è ciò rispetto a cui la stessa distinzione tra valore e disvalore, come pure quella tra vero e falso, o tra significativo e insignificante,

²⁴ Ivi, p. 130.

²⁵ Ivi, p. 133.

finisce per essere abolita. A questo livello, dunque, non si può più parlare di un'autentica alternativa tra il vero e il falso: il discorso che riguarda l'esperienza, qui, non può più assumere la forma di un ragionamento strutturato in forma dilemmatica (secondo lo schema "aut...aut")²⁶. Quello abitato dalla Moda, infatti, è un mondo dove la «vita stessa» – come si legge nel testo leopardiano – «è più morta che viva»²⁷. Ma se è la vita stessa ad apparire «più morta che viva», allora non si può più parlare di una distinzione logicamente fondata tra vita e morte. Qui, insomma, l'idea della morte trionfa e, nello stesso tempo, viene squalificata.

In particolare, quello che Leopardi tratteggia è uno scenario nel quale la moda si impone come l'espressione flagrante dell'istantaneo e del fortuito: dell'impossibilità di trattenere l'attimo. Dell'impossibilità, quindi, di costringerlo all'interno di un ordine di significato che aspiri a funzionare come *nomos*: come un'istanza di regolarità e di permanenza da opporre alla non-prevedibile varietà delle trasformazioni storiche. Ciò che la moda esclude, in definitiva, è la possibilità di ricomporre in unità il frammentario. "Moda", infatti, è il diritto che il singolo dato sensibile rivendica di valere *di per sé*, nella sua stessa precarietà e fugacità. In questa prospettiva, "moda" è una nozione con la quale a essere designata è l'incontenibilità, e insieme l'inesauribilità, di una "pura forza". Qualcosa, dunque, di assimilabile a una pura *energia cinetica*: all'idea di una potenza che si dispiega autonomamente, nella forma cioè di un puro movimento. Un movimento, quello incarnato dalla moda, che vive e si nutre, tautologicamente, del suo stesso intensificarsi: della velocità iper-accelerata esibita dal suo gratuito e immotivato accadere, dall'incessante e perfettamente insensato andare-e-venire delle sue figure. Da questo punto di vista, "moda" è qualcosa che vive, paradossalmente, *del suo stesso morire*²⁸. Di qui, appunto, il tenore eminentemente anti-metafisico della moda: la segnatura tipicamente "moderna" che le è imputabile.

Resta però il fatto che l'arte moderna intrattiene con la moda

²⁶ In merito, cfr. P. Colaiacomo-V. Caratozzolo, *Cartamodello. Antologia di scrittori e scritture sulla moda*, Luca Sossella Editore, Roma 2000, in part. pp. 7-20.

²⁷ G. Leopardi, *Dialogo della Moda e della Morte*, cit., p. 135.

²⁸ Sull'idea della moda come pratica nella cui natura «è già racchiuso il germe della sua estinzione», cfr. G. Simmel, *Die Mode*, in Id., *Philosophische Kultur. Gesammelte Essays*, Werner Klinkhardt, Leipzig 1911, pp. 29-64 (ed. it. a cura di B. Carnevali-A. Pinotti, *Filosofia della moda*, in G. Simmel, *Stile moderno. Saggi di estetica sociale*, Einaudi, Torino 2020, pp. 199-227, cit. p. 209).

una relazione irriducibilmente ambigua. E questo perché la moda è l'espressione di un modo d'essere del reale che, *per un verso*, l'arte moderna deve accogliere, aderendovi anzi mimeticamente (e questo, a meno di rinunciare all'assolvimento della sua prestazione referenziale nei confronti del mondo), ma che, *per altro verso*, una tale arte deve essere anche in grado di contestare (per non cedere alla "barbarie", alla regressione generale). L'arte moderna, però, deve saper contestare la moda nel momento stesso in cui si apre, produttivamente, all'incontro con essa²⁹. Abbiamo a che fare, insomma, con un tipo di arte che si qualifica per la sua disponibilità alla compromissione con il tempo e con la caducità: per la sua attitudine – si potrebbe anche dire – a correre il rischio della contiguità³⁰. Il rischio cioè di essere contagiata, o contaminata, da qualcosa che di fatto *contraddice* la sua legge di movimento: il suo costituirsi come risultato di una "rottura", o di una "separazione", rispetto alla datità del semplicemente essente. Per l'arte moderna, allora, l'esigenza di abbracciare la moda e l'esigenza di prenderne le distanze, di rimanere cioè "padrona di sé", diventano i due termini di una tensione polare di fatto non-decidibile. Da questo punto di vista, è come se l'arte moderna oscillasse continuamente tra questi due poli: tra l'adesione e il rifiuto, tra l'assimilazione e l'allontanamento, tra l'incorporazione mimetica e il distacco critico-riflessivo.

3. La duplice motivazione dell'intesa tra arte e moda: la rammemorazione dell'effimero e la necessità dell'apparenza

Se consideriamo, in particolare, il primo dei due poli appena indicati (il momento, cioè, dell'assimilazione, o dell'introiezione), ci accorgiamo che questa polarità, a sua volta, assume un significato intimamente duplice. A profilarsi, cioè, è un'ulteriore antinomia: un'ulteriore specificazione dello statuto irrimediabilmente ancipite dell'arte moderna. La stessa adesione dell'arte alla moda, infatti, è

²⁹ Cfr. G. Di Giacomo, *Arte e moda nella riflessione estetica di Adorno*, in R. Romani (ed.), *Il maestro utopico. Scritti in onore di Pietro Maria Toesca*, Diabasis, Reggio Emilia 2009, pp. 213-225.

³⁰ Cfr. G. Matteucci, *L'artificio estetico. Moda e bello naturale in Simmel e Adorno*, Mimesis, Milano 2012. Dello stesso Matteucci, si veda anche *Estetica della moda*, Bruno Mondadori, Milano 2017, in part. pp. 13-65.

leggibile – per così dire – “a due livelli”. Il primo livello da evidenziare è quello relativo alla connessione tra arte e caducità. Sotto questo aspetto, la moda (nella sua relazione, appunto, con l’arte moderna) funziona come la rammemorazione di quel “nucleo temporale” che – più in generale – è costitutivo dell’arte, di ogni arte, e nel quale propriamente consiste il suo “contenuto di verità”.

Da questo punto di vista, la valorizzazione estetica della moda (l’impulso a identificarsi “con” essa, a lasciarsene compenetrare) viene a configurarsi come l’attestazione di quel carattere di “fatto sociale” che, per Adorno, come sappiamo, pertiene in modo strutturale all’idea di “opera d’arte”. Se la moda, dunque, è qualcosa che l’arte moderna non può non accogliere è proprio in ragione del fatto che una tale arte si istituisce come una dimensione *non-totalmente* autonoma. Scrive, a questo proposito, Adorno: «La moda è la permanente ammissione dell’arte di non essere ciò che dà a intendere di essere e che, in base alla propria idea, deve essere»³¹. E ancora: «Dall’arte essa [e cioè la moda] non si fa distinguere con quella nettezza che sarebbe gradita alla religione borghese dell’arte»³².

Nei due passi che abbiamo testé evocato, Adorno ci sta dicendo che la riflessione intorno al nesso “arte-moda” contribuisce a gettare luce sull’idea stessa di autonomia estetica. E questo perché, nell’esibire la propria connessione con la moda, l’arte rivela il suo «non essere» ciò che essa *nondimeno* «dà a intendere di essere e che, in base alla propria idea, *deve* essere». E che cosa l’arte, in base alla propria “idea”, *deve* essere? In base alla propria “idea”, l’arte deve essere qualcosa che si caratterizza, appunto, per la sua autonomia: per il suo tenore autoreferenziale. È dunque la «religione borghese dell’arte», l’idea cioè di un’arte *totalmente* distinta e *totalmente* separata dalla vita – un’arte, insomma, tautologicamente irrigidita nel culto idolatrico di se stessa – a postulare una radicale esclusione della moda dal suo orizzonte. Il punto, però, è che per Adorno «non merita il proprio nome nessuna opera d’arte che tenga lontano da sé ciò che è casuale rispetto alla sua propria legge»³³, ovvero ciò che è qualitativamente eterogeneo rispetto alla legalità da essa autonomamente istituita. In questo quadro, è la stessa moda a rammemorare all’arte il suo carattere di “fatto sociale”: quel suo radicamento nel terreno della contingenza, quella

³¹ TE, p. 429.

³² *Ibidem*.

³³ Ivi, p. 297.

sua connessione dunque con l'idea dell'effimero, che è insieme il suo radicamento nella regione pluricontraddittoria della prassi, nell'operatività della vita.

Seguendo questa traiettoria, c'è però un altro aspetto di cui occorre tener conto: quel secondo piano di lettura in corrispondenza del quale il discorso adorniano dispone e articola il tema dell'"affinità", o dell'"intesa", tra arte e moda. In questo caso, l'accento viene a battere sulla connessione tra la nozione di "arte" e la nozione di "apparenza". Ciò si spiega col fatto che è ancora, e pur sempre, la moda a ricordare all'arte la potenza autonomamente significativa che occorre ascrivere alla sfera del sensibile, e cioè alla dimensione della superficie. Anche a questo livello, l'intesa tra arte e moda viene a manifestazione in modo perspicuo. Quella infatti incarnata dall'opera d'arte è una verità che risulta immanente alla stessa struttura fisico-materiale dell'opera: alla sua forma. Nel dispositivo della moda, allora, l'arte può cogliere il riflesso di quella necessità di *salvare l'apparenza*³⁴ della quale l'opera si fa esibizione, più in generale, proprio nel momento in cui ci costringe a "meditare" intorno al diritto che il sensibile ha di valere *di per sé*, di valere cioè nella sua autoconsistenza: nella sua non-confrontabile unicità, nella sua non-sussumibile singolarità. A essere così riconosciuto è il diritto che l'apparenza ha di essere accolta e valorizzata *nel modo stesso in cui* si dà, e cioè secondo l'indice modale che contingentemente connota il suo farsi incontro, e non invece in funzione di istanze assiologiche, o di "strutture di significato", che le siano esterne, o che le vengano sovrainposte arbitrariamente dall'alto.

Stiamo allora dicendo che la moda è qualcosa con cui l'opera d'arte è chiamata a interagire in considerazione di entrambi i momenti che propriamente la costituiscono, e cioè *sia* in ragione del suo carattere autonomo *sia* in ragione del suo carattere non-autonomo. Non dobbiamo però mai dimenticare l'altro polo: quello, cioè, del distacco o del distanziamento. Nell'accogliere la moda, infatti, l'opera d'arte moderna rimane "padrona di sé", mantiene cioè la propria differenza rispetto a quella stessa moda che, pure, non smette di riconsegnare ogni prodotto artistico alla coscienza della propria insuperabile temporalità. A motivare il distacco dell'arte dalla moda è, evidentemente, l'integrazione di quest'ultima nel sistema dei rapporti di produzione fattualmente vigenti, e cioè il suo carattere di merce. È la sua confor-

³⁴ Cfr. E. Tavani, *L'apparenza da salvare. Saggio su Theodor W. Adorno*, Guerini Studio, Milano 1994.

mità, dunque, alla logica totalitaria dell'equivalenza. Uno dei tratti distintivi della moda deve essere, allora, individuato proprio nella sua intrinseca contraddittorietà, e cioè nel rapporto ambivalente che la moda, in quanto tale, intrattiene con il mercato, e con l'industria culturale che gli è (ideologicamente) asservita. Scrive, infatti, Adorno:

Tuttavia induce forse a salvare la moda il fatto che essa, che in fondo non rinnega la propria complicità con il sistema del profitto, dal sistema del profitto viene denigrata. Nel suo sospendere tabù estetici come quello dell'interiorità, dell'atemporalità, della profondità, si può rilevare in essa in che modo il riferimento dell'arte a quei beni che non sono affatto al di sopra di ogni dubbio venga sminuito a pretesto. [...] Traditrice importuna, essa è tanto odiata quanto potente nel meccanismo; il suo carattere ancipite è un clamoroso sintomo della sua antinomicità³⁵.

Qui, Adorno ci invita a riflettere su una circostanza tutt'altro che ovvia. E cioè sul fatto che la moda tenda a essere percepita dal mercato, del quale pure è "complice", con sospetto; sul fatto, anzi, che il mercato tenda a volgere nei confronti della moda, sua implacabile "agente" nella costruzione e diffusione su larga scala dell'ideologia dominante, uno sguardo sorprendentemente intonato all'odio e al disprezzo. Ora, a fare della moda una «traditrice importuna» del sistema capitalistico è la sua capacità di certificare – come s'è detto – quella necessità dell'apparenza che è da intendersi, innanzitutto, come necessità di salvaguardare la sua autonomia e la sua temporalità. In questo senso, il potenziale implicitamente "sovversivo" della moda, il grido di protesta che essa in qualche modo solleva contro la presunta irrevocabilità e "naturalità" della logica mercantile, consiste nella capacità che la moda ha di smantellare quei «tabù estetici», in ultima analisi funzionali alla perpetuazione della ragione strumentale, che sono le idee di «interiorità», «profondità» e «a-temporalità».

Il fatto è che «interiorità», «profondità» e «a-temporalità» sono tre istanze alle quali la cultura tradizionale ha attribuito un carattere gerarchicamente sovraordinato rispetto al loro termine opposto e correlativo, ossia: l'esteriorità, la superficie e la temporalità. Di qui, appunto, l'azione "tabuizzante" che ciascuna di quelle tre idee ha esercitato sull'idea a essa antitetica. Ebbene, ciò che contraddistingue la moda è la sua attitudine a revocare in dubbio tutti e tre i

³⁵ TE, p. 429.

“tabù” appena evocati. Questo significa che la moda denuncia la loro illusorietà: scardina l'idea secondo la quale è in questa triplice costellazione di motivi, nel loro reciproco richiamarsi e rafforzarsi, che occorre ravvisare il senso con la “s” maiuscola, la regione della verità. Ciò che quei tre “tabù” esprimono, infatti, è essenzialmente questo. Essi dicono che la verità *o* è qualcosa che appartiene al “profondo”, a quel piano della concettualità che solo ha la virtù di illuminare (dandone ragione) l'opacità del sensibile, *oppure* “non è” affatto, o “è” soltanto in misura ridotta-inadeguata. E ancora: dicono che la verità è qualcosa che *o* trascende il piano dell'esteriorità – l'esteriorità di ciò che si lascia cogliere come sfumatura solo accidentale, o come labile increspatura: come evento che sembra afferire unicamente alla “pelle” delle cose –, *oppure* “non conta”, “non ha consistenza”, “non ha valore”. E infine: dicono che la verità *o* è qualcosa che si sottrae al tempo, alle fluttuazioni del divenire, *oppure* è mera “illusione”, è liquidabile come “opinione”.

A queste condizioni, allora, il senso in null'altro consiste che nella nostra comune partecipazione, per via contemplativa, a un patrimonio di verità, di ordine al contempo noetico e assiologico, la cui forza fondativa sarebbe da ascrivere (presuntivamente) alla loro immutabilità, come pure alla loro autoevidenza: alla loro perfetta univocità e omogeneità. Ma è proprio in opposizione a una simile prospettiva che tanto l'arte quanto la moda, nella modernità, fanno valere la loro comune difesa dell'apparenza. A renderle dunque affini, sotto questo aspetto, è la loro capacità di mostrare l'infondatezza di ciò che Adorno, nel passo appena menzionato, legge in termini di “tabù estetici”. Nell'esibire, appunto, l'infondatezza di quei tre tabù, arte e moda li “sospendono”. E li sospendono proprio perché li restituiscono, almeno sotto un certo profilo, alla loro natura più autentica: al loro consistere, cioè, in altrettanti “feticci” concettuali. Questo vuol dire che tanto l'arte quanto la moda fanno segno – ciascuna nella forma che le è propria – verso uno stile di frequentazione dell'esperienza nel cui orizzonte la verità è non già un essente, una presenza già-data e perfettamente identica a se stessa, ma piuttosto un diveniente o un «divenuto»³⁶.

Prendiamo in esame, in particolare, la moda. Quest'ultima è tale, innanzitutto, perché *rende essenziale l'assolutamente inessenziale*, o

³⁶ In merito, cfr. *TE*, p. 6, dove a occupare una posizione di spicco è, significativamente, il rimando alla riflessione del «tardo Nietzsche».

perché *rende significativa l'insignificante*: la capricciosa mutevolezza dell'effimero, la fragilità di quanto appare solo per dileguare. Così concepita, la moda è esibizione dell'assoluta arbitrarietà, e insieme della radicale infondatezza, della superficie: è l'espressione della sua necessità *in quanto* necessità di ciò che è privo di ogni sostanzialità. Procedendo allora in questa direzione, ciò che per Adorno induce a "salvare" la moda – ciò che autorizza la sua riabilitazione, in sede filosofica, di contro ai "tabù estetici" accreditati-consacrati dalla tradizione – è la sua capacità di rivendicare la dignità, e insieme la forza preliminarmente condizionante, di tutto ciò che inerisce al piano dell'apparenza, al piano cioè del concreto e del qualitativo (l'esteriorità-accidentalità del "questo qui" via via effettivamente percepito).

Da questo punto di vista, il fenomeno della moda ci costringe a riflettere sul fatto che esteriorità, apparenza e superficie sono ambiti che non attendono di essere giustificati dal rinvio a una legalità eteronoma: sono piani che *hanno in sé la ragione di sé*. Non solo, ma nell'offrirsi a noi come una figura paradigmatica dell'effimero, o della caducità, la moda rammenta all'arte quello che l'arte stessa, nel contesto della tradizione, ha sempre cercato di sublimare, ovvero il non-senso della vita: la sua irredimibile finitezza. Opportunamente interrogata, allora, la moda può funzionare come la permanente rammemorazione del radicamento di ogni nostra costruzione di senso nel terreno sempre ribelle e irregolare della prassi: nell'instabilità e nell'impermanenza dell'empiria.

Osserva, in merito, Adorno: «Grazie alla moda – egli scrive – l'arte si accoppia con ciò a cui deve rinunciare, traendone forze che si atrofizzano con la rinuncia, senza la quale, tuttavia, essa non sussisterebbe. L'arte, in quanto apparenza, è il vestito di un corpo invisibile. E la moda è vestito in quanto qualcosa di assoluto. In ciò si comprendono tra loro»³⁷. Questo vuol dire che è precisamente la moda a rammentare all'arte che la sua autonomia, pur necessaria – nel suo porsi, per Adorno, come l'unica possibile garanzia, in un mondo dominato dal principio di identità, dell'esigenza utopica non-realizzata – non può non essere dialetticamente "mediata" (nel senso, però, di una dialettica pur sempre *negativa*) da quel suo termine insieme opposto e complementare che è l'istanza della non-autonomia. Di qui, appunto, l'affermazione adorniana secondo la quale «grazie alla moda l'arte si accoppia con ciò a cui deve rinunciare». In questo senso, ciò a cui l'arte deve

³⁷ Ivi, p. 430.

rinunciare – almeno a un certo livello – è la sua dipendenza dall'empirico, è la sua appartenenza cioè al mondo delle *res*. Proprio la moda, allora, è ciò grazie a cui – è ciò in forza di cui – l'arte moderna, *invece*, si unisce alla sfera del non-identico: a quell'altro da sé che è la realtà.

4. L'arte come «vestito di un corpo invisibile» e la moda come assolutizzazione dell'apparenza

Resta però il fatto che, per differenziarsi dal mondo delle *res*, l'opera d'arte deve istituirsi come il risultato di un'attività a carattere "poietico": deve presentarsi, dunque, come una *res* dotata di forma. Il che, come s'è detto, la rende autonoma dalla realtà. Se l'arte però rinunciassse completamente alla relazione con l'altro da sé, se l'arte cioè assolutizzasse il momento della propria autonomia (come vorrebbe la «religione borghese dell'arte»), allora la sua "forza", il suo tenore autenticamente veritativo, finirebbe per subire un processo di atrofizzazione: un processo di devitalizzazione e, insieme, di svuotamento. Al contrario, è solo dalla relazione con l'eterogeneo che l'opera d'arte trae il nutrimento capace di animare, ma insieme di smentire, mettendola in attrito con se stessa e rendendola così permanentemente inquieta – negandole, insomma, ogni possibilità di coincidere pacificamente con se stessa, o di riposare saldamente nel suo "in-sé" –, la pur necessaria concordanza che pertiene al proprio equilibrio formale.

Per l'arte, quindi, assorbire la moda nella propria legge di movimento – "mimare" (quasi-eguagliandosi ad essa) la cinetica, dannulla-fondata, di quel continuo nascere-e-morire nel quale la moda consiste – significa "accoppiarsi" con ciò a cui l'arte stessa, per altro verso (e paradossalmente), deve rinunciare. Significa, cioè, "caricarsi" di quell'energia, insieme patico-affettiva ed espressiva, che invece finirebbe per essere annullata laddove l'arte, inseguendo la chimera di una impossibile purezza, si chiudesse nel circolo della sua astratta autoreferenzialità. Resta, però, il fatto che l'apertura alla moda, in quanto rimedio o correttivo che l'arte deve saper opporre a ogni pernicioso feticizzazione del proprio tenore monadologico, non può essere in alcun modo intesa come una rinuncia all'autonomia estetica. Se così fosse, infatti, l'arte tradirebbe se stessa, nel senso che finirebbe per regredire al livello di mera *res*, con la conseguenza di essere inclusa nel quadro categoriale imposto alla prassi dalla ragione strumentale.

A delinearci, allora, è uno scenario in cui arte e moda – come scrive, nel passo precedentemente citato, Adorno – «si comprendono». «Si comprendono», però, nel momento stesso in cui “divergono”. Il loro accoppiamento, infatti, o la loro intesa, è pur sempre, *contemporaneamente*, l’attestazione della loro differenza: della tensione polare che non smette di ri-attivarsi tra di esse. Nel concreto dispiegarsi, dunque, di quell’infinito processo di formazione che è la “vita” dell’opera d’arte, il salvataggio di una tale “differenza” non da altro può essere assicurato se non dal ruolo giocato, al suo interno, dalla logica – sempre decisiva per Adorno – del “dire disdicendo”: dall’idea, cioè, secondo la quale l’opera d’arte è tale perché continuamente nega ciò che afferma, e che afferma proprio per poterlo negare. Qui, in particolare, a segnalare la distanza, comunque incolmabile, tra arte e moda è la messa in luce, da parte di Adorno, del *diverso statuto* che alla nozione di “apparenza” compete nell’esercizio di queste due pratiche. *Altro*, dunque, è il modo d’essere e di operare dell’apparenza nel caso dell’arte, e *altro* è il suo modo d’essere e di operare nel caso invece della moda.

Se è vero infatti che, nell’arte, l’apparenza è il «vestito di un corpo invisibile», nel caso invece della moda l’apparenza si dà come qualcosa di totalizzante: la moda, fa notare contestualmente Adorno, è «vestito *in quanto* qualcosa di assoluto». Ora, che nell’arte l’apparenza sia il «vestito di un corpo invisibile» significa che, in essa, l’apparenza si istituisce come l’apparizione di un inapparente, o (in termini benjaminiani) di un “inespresso”³⁸. È quello che Adorno, appunto, chiama il “più” del fenomeno, da intendersi come l’altro *dell’apparenza*, e cioè come la sua profondità non mai totalmente dicibile, non mai totalmente rappresentabile. Così concepito, il “più” è quell’implicitezza-indeterminatezza del senso che la forma artistica, simultaneamente, rivela e nasconde, occultandola nel momento stesso in cui la porta a manifestazione. Questo allora vuol dire che, nell’arte, l’immanenza implica sempre la trascendenza: contiene sempre il rinvio a un “oltre”, logicamente inesplicitabile, che eccede la determinatezza di ciò che è dato. Si tratta, però, di una profondità che risulta incorporata – come abbiamo precisato – nella stessa trama fenomenica del sensibile: nella stessa prossimità di ciò che, di volta in volta, si offre alla nostra percezione.

³⁸ Il riferimento, qui, è in particolare al fondamentale saggio che W. Benjamin dedica alle *Affinità elettive* di Goethe.

Nel caso della moda, invece, l'apparenza si dà come una superficie che risulta priva di ogni profondità. In questo caso, cioè, abbiamo a che fare con un'“apparenza” che esclude ogni “apparizione” e, quindi, ogni differimento. Proprio a motivo, infatti, della sua inclusione nel sistema del mercato, l'oggetto-moda, o l'oggetto “alla moda”, viene a configurarsi come l'espressione di un'autentica *idolatria dell'apparenza*, volendo con ciò indicare la sua consacrazione a oggetto di un “culto” nel quale ogni istanza di trascendimento viene preventivamente neutralizzata. Il che, appunto, si traduce in una assolutizzazione dell'immanenza, ossia dell'esistente “così com'è”: nell'imporsi, da parte di quest'ultimo, come qualcosa di irrevocabile e di non-modificabile.

Se arte e moda dunque – come scrive, qui, Adorno – «si comprendono», ciò non significa affatto che, in queste due pratiche, la nozione di “apparenza” dica il medesimo. Se arte e moda «si comprendono», piuttosto, è perché per entrambe *tutto si gioca a livello di apparenza*. Ad accomunarle, infatti, è quel “sapere della superficie” che, per Adorno – in ciò chiaramente debitore del gesto critico-genealogico compiuto da Nietzsche (e, segnatamente, dal Nietzsche teorico del “tragico”) –, fa tutt'uno con il riconoscimento della infinita eloquenza del sensibile, con l'affermazione cioè della sua capacità di porsi, proprio in virtù del tenore irriducibilmente “enigmatico” inerente al suo mostrarsi³⁹, come luogo di una indefinita apertura al significare. Resta comunque il fatto che questa valorizzazione dell'apparenza (*di contro* a ogni sua possibile condanna “metafisica”) viene poi declinata e articolata, dall'arte e dalla moda, secondo posture e procedure che restano non-sovrapponibili, che escludono cioè la possibilità di una loro effettiva identificazione.

Sapienza Università di Roma
antonio.valentini@uniroma1.it

³⁹ Sulla nozione di “enigma”, cfr. *TE*, pp. 159-181.

