Dire la Natura
ISBN 978-88-548-8662-9
DOI 10.4399/978885488662933
pag. 367–375 (settembre 2015)

La bellezza autentica: natura animale e sociale

Bianca Terracciano

Natura e naturalità hanno investito e continuano a investire i codici e le forme espressive di moda. Nelle definizioni di /natura/ e /naturale/ domina l'incoativo, l'articolazione spaziale, la presenza di attori umani: da ciò si desume che il concetto di natura è culturalmente costruito e la sua strutturazione è fatta per contrari. Queste opposizioni di tratti semanticamente vuoti rimandano a una dialettica tra ciò che è all'origine e ciò che è posteriore, in altre parole ciò che è naturale è qualcosa che l'essere umano non ha modificato e si pone come entità altra della cultura. In questo contesto il corpo si pone come un fenomeno che ha più valenze socio–culturali che fisico–naturalistiche e deve essere modellato artificialmente per apparire naturale e veritiero tanto che le differenze tra naturale e artificiale si annullano, come accade tra verità e menzogna.

Nel sistema della moda si è sempre verificata un'alternanza tra corpo naturale e artificiale, ossia tra il vestire il corpo senza modificarlo e l'amplificazione o la negazione di determinate parti della silhouette. Le linee di tendenza della "naturalità" prevedono che l'abito segua le forme del corpo, mentre quelle della "distorsione culturalizzata" fanno in modo che le forme e le dimensioni del corpo si adattino ai capi. Le parti del corpo possono essere negate o enfatizzate, seguire simmetrie per l'armonia della figura oppure, attraverso *aggiunte* (Pozzato 2001, p. 86) essere rese asimmetriche.

Nel presente contributo ci si concentrerà prettamente sulla riscoperta della naturalità sopraggiunta con gli anni Zero, che ha contribuito allo sviluppo di un modo di essere, di fare scelte di vita, in cui il discorso sul corpo che ha avuto più rilevanza è stato quello basato sull'opposizione tra forme /rotonde/ e forme /spigolose/:

> Se la fine del novecento ha esaltato silhouette di donne evanescenti sottili, agli stilisti, già da qualche tempo, non è sfuggita l'esigenza di decodificare i nuovi concetti di stile che passano attraverso un unico simbolo senza tempo: la femminilità. Tonica, rassicurante, luminosa. Declinata nelle proporzioni luci, nelle forme rotonde, nel portamento elegante e sinuoso. E questa come questi servizi fotografici che sono stati realizzati nel mondo delle taglie "più". Capi ampi, mise fluide e, perché no, abiti sirena per una donna che non nasconde la sua linea abbondante, si compiace di mostrarla e la enfatizza, con un mood molto personale, seducente, affettivo (*Anna*, n. 17, 24 aprile 2000, p. 150).

Ci si è convinti che la donna è formosa per natura e le riviste incominciano a dare spazio alla curve soprattutto in un panorama visivo dominato da silhouette longilinee, in cui quasi non si distinguono seno, vita e fianchi, avvolti da abiti di taglio dritto e aderenti. Nello stesso numero, a p. 198, il servizio "Morbido glamour" conferma il ritorno delle curve, avallato da moda e cinema: "Seno, fianchi e qualche chilo in più piacciono e siglano il sexy appeal di oggi. Da copiare subito tutti i segreti per sottolineare una nuova femminilità". Le figurativizzazioni del morbido glamour sono Laetitia Casta, Gisele Bündchen, Catherine Zeta Jones, Kate Winslet, tutte contrapposte all'emblema della magrezza Kate Moss.

La retorica del corpo curvy assume toni da "discorso della salute" incentrato sulla critica del dismorfismo corporeo come spinta ad accettare il proprio corpo ed esprimersi al meglio. Secondo l'*expertise* questa tendenza deriva dal processo di *non identificazione e non trascendenza con il proprio corpo*: si crede o si è portate a credere che le forme del corpo siano decise da fattori esterni. Il corpo diventa un'entità estranea, qualcosa con cui combattere che provoca distonie percettive e in *Glamour*, n. 213, novembre 2009, p. 290, nel servizio "Il bello di te che tutti vedono (ma tu no)", è paragonato a un "biglietto da visita con errori di stampa" e per ovviare al disagio provato nei confronti della silhouette si propongono esercizi, volumi dedicati, terapie, film e, addirittura, si consiglia di scattarsi foto senza veli per compararle con immagini simili di donne famose, scelte come modelli di bellezza, tenendo presente che si tratta di fotografie ritoccate.

Nel sentire contemporaneo l'associazione tra corpo e moda è connotata in maniera disforica e si dirime in particolare sulle isotopie della chirurgia estetica e dei disordini alimentari. Il corpo delle modelle non è un esempio da seguire, è continuamente al centro di polemiche ed è accusato di ricoprire il ruolo attanziale di Anti–Destinante rispetto al programma narrativo della salute. L'apologia delle curve più interessante e influente, sicuramente un *case–study* per tutta la stampa mondiale, la troviamo in *Vogue Italia*, n. 730, giugno 2011, intitolato "Belle vere" (Fig. 1).

Questo numero di *Vogue* si pone come fondativo per l'avvento di nuove forme del corpo morbide e orientate verso le curve e nasce dalla ormai annosa polemica contro il sistema moda e le indossatrici anoressiche. Su *Vogue.it* già qualche mese prima era stato aperto il canale "Curvy", la direttrice Franca Sozzani aveva indetto una petizione contro i siti pro–anoressia. L'intento è quello di avvicinare il corpo–modello della moda a quello delle donne "vere" e perciò *Vogue* sceglie di promuovere una nuova forma del corpo femminile.

La pagina della bellezza femminile cambia registro. O forse non è mai mutato veramente. A confermare il rinnovato amore per le curve, per le rotondità, arrivano anche le gratifiche. Come quella che ha incoronato J.Lo

Figura 1

"donna più bella del mondo". Mentre i magazines si disputano le interviste al attrici che incarnano una bellezza corposa, mediterranea, come Monica Bellucci, si susseguono casting di modelle curvy e concorsi dedicati alle "plus size". Che sia finalmente il segnale del tramonto di una moda solo penitenziale? Non bastasse l'imperitura preferenza del maschio per la donna con le curve, ora c'è anche amore verso cestiste, una sensazione di benessere irrinunciabile che ogni donna vuole preservare e mostrare al mondo. E se Beyoncé o Rihanna assurgono emblemi della sensualità, allora tutto diventa più chiaro. Modelli omologati? Regimi rigidi? Taglie reali? Concetti da raccogliere e chiudere in un armadio del passato. La bellezza non segue modelli univoci, ma accoglie le differenze. È la moda interpreta per una donna vera.

Per incominciare la disamina in profondità di questo numero di *Vogue Italia*, si è deciso di partire dalla copertina (Figura 2), dove il nome della rivista occupa la fascia superiore dell'immagine, seguito, in basso a sinistra, dal blocco delle informazioni editoriali. Al centro, a coprire la maggior parte dello spazio della copertina, c'è la fotografia di tre modelle, delimitata da una cornice composta da una sottile linea nera seguita da una campitura bianca, simile nell'aspetto alle instantanee Polaroid. In basso a sinistra il sintagma nominale *Belle Vere*, che introduce il focus della rivista e ne dirige l'interpretazione. Il testo verbale invade il testo visivo, situandosi nel confine tra cornice e immagine contenuta. La V di *Vere* è in corrispondenza simmetrica con la V di *Vogue*, creando una rima plastica.

Le modelle sono ritratte sedute a un ristorante, si percepisce dalle sagome sfocate sullo sfondo, e hanno a tavola piatti ricolmi di cibo e bicchieri di

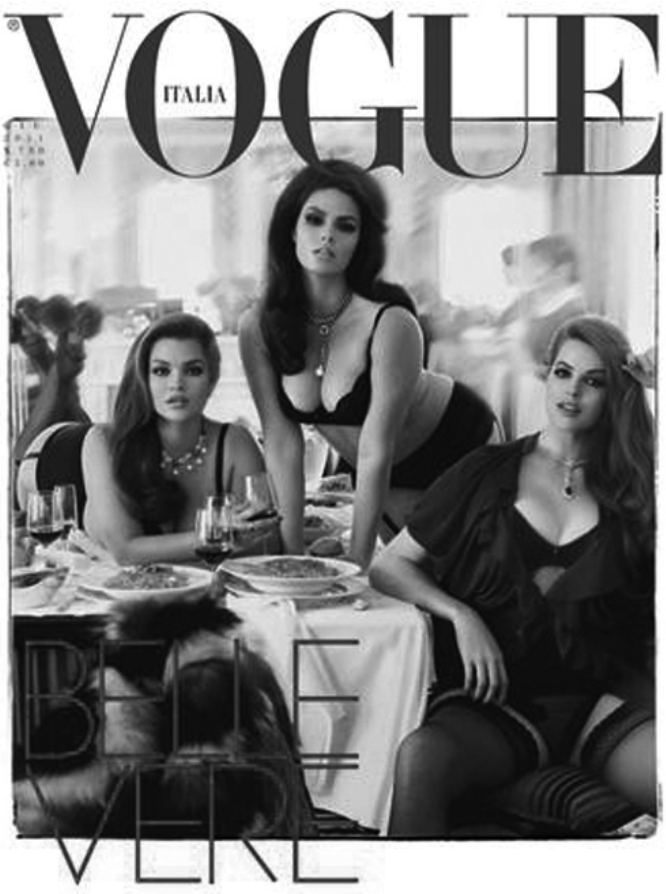

Figura 2: Copertina di *Vogue Italia*, giugno 2011.

vino praticamente già consumati. Posano frontalmente in diverse posizioni: la prima a destra è seduta in modo scomposto e poco elegante, poggia il gomito destro sul tavolo e con l'altra mano si tocca i capelli, alternando /sensualità/, /trasgressione/ e /sfrontatezza/; la seconda è in piedi ed è piegata verso il tavolo su cui si sostiene tramite l'appoggio delle braccia; la terza è stesa prona sul tavolo con i polpacci verso l'alto e incrociati. In quest'ultimo caso, i piedi sono parzialmente sfocati poiché figure dinamiche del corpo volte ad esprimere uno stato di movimento durativo. Tutte le modelle indossano *lingerie* per mostrare al meglio le loro rotondità, giocando sulla sensualità delle curve, proprie delle parti del corpo "rotonde", eroticizzate nella cultura occidentale, che sono le uniche a essere coperte dagli indumenti. Essendo una celebrazione delle donne curvy la preponderanza dal punto di vista eidetico delle linee curve è netta, e quindi prevale il /modellato/

rispetto al /piatto/. Il significante di moda indossato viene sovrastato dalle modelle perché sono loro a essere *atto* mentre l'indumento resta *potenza*, e ciò può essere giustificato ricorrendo comunque all'enfasi tramite lo sfocamento, all'esagerazione dei movimenti al voler vedere/voler essere viste delle modelle che, poste frontalmente guardano l'enunciatario.

Lo sfondo dell'immagine è parzialmente indeterminato in quanto sfocato e sovraesposto rispetto alla luce, ma si riescono a distinguere due sagome sedute a un tavolo del ristorante. L'immagine si basa, appunto, sull'alternanza tra a fuoco, le modelle, e sfocato, lo sfondo, entrambi marche dell'enunciazione visiva aventi il compito di veicolare sul piano del contenuto l'opposizione tra /vero/ e /non vero/. Il vero corrisponde al visibile, e quindi alle ragazze, rafforzando ciò che viene enunciato nel testo verbale posto proprio nella parte nitida dell'immagine.

Le modelle sono parzialmente svestite, inglobando entrambe le categorie di /nudo/ e /ornato/ e, di conseguenza, sia la /natura/ che la /cultura/, dove la loro /naturalità/ corrisponde al fatto di essere "donne belle vere", figurativizzando l'isotopia della rivista che è il discorso contro la magrezza eccessiva. La coesistenza di elementi della cultura è giustificabile con la volontà di fare accettare al Sistema Moda una nuova assiologia del corpo. Ciò è ulteriormente sostenuto dall'atto di débrayage operato dalla cornice, che istituisce la fotografia come *universo utopico* (Floch 1986, p. 73), mettendo in gioco valori esistenziali che guidano la pratica fruitiva verso la pertinentizzazione dell'isotopia della verità della bellezza curvy.

Questa immagine di copertina introduce il vero e proprio *photoshoot* "Sogno di donna" di Steven Meisel, in bianco e nero con molti giochi d'ombra, che ha luogo in lussuosi ambienti dall'arredamento barocco, in cui donne *curvy* mangiano, fumano, sono stese su divani. In realtà le modelle non indossano molti vestiti: sono nude, in intimo o semicoperte da pellicce, bustier, o scoperte da abiti. Le parti del corpo più in evidenza sono il seno, nudo e prosperoso, e il sedere, e l'espressione dei volti è maliziosa e seducente, trasognata e tranquilla, non veicola l'angoscia spesso espressa dalle modelle magre. D'altro canto il *soft porno* di queste immagini e l'abuso di elementi *décor* fa in modo che l'essere *curvy* sia unicamente accostato alla /voluttuosità/, spesso un po' volgare.

La /morbidezza/ della /rotondità/ è resa da labbra socchiuse in smorfie di piacere e nei seni liberi da lingerie, in opposizione alla /spigolosità/ dei corpi "scarnificati" delle modelle magre. Inoltre, l'avere solo indosso lingerie, o quasi significa il totale predominio del grado nullo della variante di trasparenza barthesiana (Barthes 1967), ovvero l'/invisibile/ che è un tema mitico e utopico in quanto stato perfetto, perché in determinate accezioni l'abito è spesso considerato come una corazza che impedisce la presa visiva e tattile del corpo.

Figura 3: *Sogno di donna* di Steven Meisel, *Vogue Italia* giugno 2011.

L'idea di svelamento totale del contenuto dell'indumento e l'assimilazione tra pelle e tessuto è da intendere come esaltazione del nudo quale condizione "naturale" del corpo umano, contrapposta al corpo vestito, in cui entra in gioco il pudore. L'esistenza di un corpo naturale, di un grado zero del corpo, è presupposta, e bisogna considerare il valore della nudità, seguendo Omar Calabrese (1985, pp. 197–199) come risultato del regime di visibilità poiché sono le azioni e le narrazioni del corpo nudo che ne determinano la morale.

In questo caso è la relazione tra vedere e non vedere che porta alla significazione nell'alternanza tra parti del corpo scoperte e coperte che descrive il collegamento tra il segreto e il senso finale dell'indumento e

riporta ancora alle modalità veridittive per cui anche la rappresentazione visiva in bianco e nero ha un certo peso.

La fotografia in bianco e nero, come ha scritto Umberto Eco ne *La struttura assente* (1968, p. 118), "dà solo gradazioni di tono entro a una gamma molto limitata di grigi" e a partire da questa osservazione si è scelto di applicare il quadrato semiotico proposto da Teresa Keane (1991, p. 219) a conclusione dell'analisi di Italo Calvino *Se una notte d'inverno un viaggiatore*, in cui ha applicato ai termini acromatici bianco, nero e grigio, l'articolazione della veridizione. Nel photoshoot di *Vogue* la scelta del bianco e nero gioca sulla stereotipizzazione delle scelte acromatiche di moda, ovvero si esplicita il luogo comune dell'utilizzo del nero per mascherare e minimizzare le forme del corpo, mentre il bianco le magnifica. Infatti, nell'unione di grigio e nero si avrà la menzogna mentre in quella di grigio e bianco la verità, e il fatto che le modelle "vestono" in egual misura solo bianco e nero, a eccezione dell'animalier, dal punto di vista semisimbolico esprime la lotta tra l'essere in un certo modo e apparire rispetto a certi canoni.

Fin qui si è visto che il curvy descrive il corpo con cui la natura è stata generosa, nel senso di forme abbondanti dove l'abbondanza è latrice di edonismo a conferma dell'isotopia della sensualità che è figurativizzata, oltre che nella lingerie, anche nell'animalier, l'unico termine "cromatico" presente nel servizio di Meisel.

La figura tessile (Geninasca 1992, p. 13) animalier esalta la veridicità e la naturalità del corpo sia perché ricorda il manto delle fiere, sia perché sin dall'epoca greco–romana si riconduceva al culto dionisiaco, associato all'ebrietà e alla lussuria, la cui figurativizzazione biblica, la lonza dal "pel macolato", impedisce a Dante Alighieri il cammino verso la salvezza. Nell'iconografia quattrocentesca di Maria Maddalena è spesso presente la pelliccia maculata, riferimento ai trascorsi lascivi della santa, ma l'animalier è anche associato all'esoterico e al satanico, specie durante il Rinascimento, quando si iniziò a studiare il paganesimo antico e la civiltà egizia, nella quale il leopardo rappresentava un vincolo con l'aldilà, o anche, come descritto nel volume *Iconologia* di Cesare Ripa del 1593, la figurativizzazione della Libidine indossava una "pelle di pardo" perché si mescolava con altri felini e le cui macchie venivano paragonate ai pensieri impuri dell'uomo dissoluto. Tra il 1880 e il 1900 il movimento britannico *Aesthetic Movement*, usò i motivi animalier per capi dalle linee fluide, che liberano il corpo, diretti a una donna intellettuale ed emancipata. La perfetta crasi tra donne e animali in arte si ha con Ertè, il "mago miracoloso" che rivestì con pelli, piume e macchie i corpi femminili, inscrivendoli in uno spazio segnico rigido, domando il loro effetto di senso e trasformandoli in feticcio glamour. La vera donna–fiera è Josephine Baker, stella del *Folies Bergère* con la *Revue nègre*: è il 1930, Baker è di colore, esotica, selvaggia e osa costumi succinti da donna–pavone. Sono

entrate a pieno titolo nelle immagini iconiche del rapporto tra cinema e moda le immagini del 1952 di Ava Gardner in perle e guêpière leopardata adagiata su un manto en pendant, o quelle di Audrey Hepburn in cappello maculato nel film *Sciarada* del 1963. L'animalier sfilò per la prima volta in passerella in occasione della collezione P/E 1947 di Christian Dior che decise di avvolgere le sue modelle in nuvole di chiffon leopardato. Secondo *Vogue* il '71 è stato «l'anno della zoologia nei ricami, nei gioielli, negli stampati, ornamenti per donne–fiere, libere e sensuali», a conferma di un decennio in cui si propugnava la naturalità espressa dal nudismo e dal corpo perfetto.

La figura tessile dell'animalier lega tramite una relazione di omologia sensualità e curve, provocando un effetto di senso di /morbidezza/, e assurge come emblema di bellezza improntato esclusivamente alla natura. Ciò rimanda a Jacques Derrida (2006) e alla questione della nudità e del pudore nel differenza uomo–animale. L'animale, nudo per natura, a differenza dell'umano, non prova vergogna per questa sua condizione, e in questo senso l'animalier diventa una sorta di tramite che realizza l'esser con l'animale per ridare dignità alla veridicità del corpo naturale in quanto tale.

La costruzione dell'identità femminile rispetto al tema della bellezza autentica, declinata nell'ultimo decennio nella diatriba tra skinny e curvy, magrezza e formosità, rientra, quindi, a pieno titolo in una delle figurativizzazioni della naturalità più usate nel sistema della moda, l'animalier, che è anche un motivo strettamente connesso alla rappresentazione della donna morbida mediterranea come insegnano le collezioni di Dolce & Gabbana.

La storia di cinema, televisione e fotografia dimostra che si è sempre reso omaggio alle curve, mentre l'ossessione per la magrezza è nata per motivi tecnici, ovvero per far cadere meglio tutti i tipi di abiti come se fossero indossati da manichini. La moda offre *una donna in rappresentazione* attraverso proposte di personalità illusorie, ovvero astrazioni ricavate dalla mera addizione di tratti caratteriali banalizzati, i cui addendi sono scelti in base a proprietà contrastive, consentendo una doppia postulazione dell'identità che consiste o nello scegliere di mascherarsi con uno dei tanti caratteri proposti o nel considerarla come una sintesi della donna reale.

L'identità della donna di moda e il suo stile sono strettamente connessi all'indumento che, per Roland Barthes (1967), in una concezione popolare poetica, produce magicamente la persona, mentre nella concezione empirica avviene l'inverso.

Allo stato attuale delle cose, vista la molteplicità degli stili proposti dal sistema della moda, si può postulare sia che gli indumenti modifichino il corpo in sé, producendone le forme in base alla sua struttura, come si è visto nel caso dell'animalier e delle donne–fiere, sia che, allo stesso tempo, contribuiscano alla libera interpretazione del corpo, come accade con il trend del curvy, propugnando la costruzione di un nuovo regime di visibilità

delle curve nel rapporto corpo–abito, magnificandole come emblemi di femminilità e bellezza naturale.

Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

Barthes, R., 1967, *Système de la Mode*, Éditions du Seuil, Paris; trad. it. *Sistema della Moda*, Torino, Einaudi 1970.

Calabrese, O., 1985, *La macchina della pittura*, Roma–Bari, Laterza.

Derrida, J., 2006, *L'animal que donc je suis*, Paris, Éditions Galilée; trad. it. *L'animale che dunque sono*, Milano, Jaca Book 2006.

Eco, U., 1968, *La struttura assente*, Milano, Bompiani.

Floch, J.M., 1986, *Les formes de l'empreinte*, Périguex, Pierre Fanlac; trad. it. *Forme dell'impronta*, Roma, Meltemi 2003.

Geninasca, J., 1992, *Testo e immagine*, Urbino, Documenti del centro internazionale di Semiotica e di Linguistica.

Keane, T., 1991, *Figurativité et perception*, in "Noveaux Actes Sémiotique", n. 17; trad. it *Figuratività e percezione*, in P. Fabbri, G. Marrone, a cura, *Semiotica in nuce. II. Teoria del discorso*, Roma, Meltemi 2001, pp. 211–220.

Pozzato, M.P., 2001, *Verso una morfogenetica della moda*, in P. Basso, a cura, *I modi dell'Immagine*, Bologna, Esculapio, pp. 81–92.