

MOTUS / 19

Studi sulla società

DIREZIONE

ANGELO ROMEO

COMITATO SCIENTIFICO

Giovanni Boccia Artieri (Università degli Studi di Urbino Carlo Bo); Lucia Maria Machado Bógus (Pontificia Universidade Católica de São Paulo); Federico Boni (Università degli Studi di Milano); Marco Bontempi (Università di Firenze); Patrizia Calefato (Università degli Studi di Bari); Vincenzo Cicchelli (Université Paris Descartes-Gemass Paris Sorbonne/CNRS); Vanni Codeluppi (Università Iulm di Milano); Fabio D'Andrea (Università di Perugia); Claude Didry (CNRS, Paris); Paolo Gerbaudo (King's College, London); Chiara Giaccardi (Università Cattolica di Milano); David Le Breton (Université de Strasbourg); Mauro Magatti (Università Cattolica di Milano); Marildo José Nercolini (Universidade Federal Fluminense); Donatella Pacelli (Lumsa di Roma); Roberta Paltrinieri (Università di Bologna); Massimo Pendenza (Università di Salerno); Marc Pradel (Universitat de Barcelona); Emanuele Rossi (Università Roma Tre); Davide Ruggieri (Università di Bologna); Cosimo Marco Scarcelli (Università IUSVE); Anna Lisa Tota (Università Roma Tre); Junji Tsuchiya (Waseda University of Tokyo); Gianpiero Vincenzo (Accademia di Belle arti di Catania); Michel Wieviorka (École des Hautes Etudes en Sciences Sociales).

I volumi pubblicati sono sottoposti a *double blind peer review*



Maria Cristina Marchetti

Moda e politica

La rappresentazione simbolica del potere



MELTEMI

Volume pubblicato con il contributo del Fondo di finanziamento per le attività base di ricerca (FFABR) 2017.

Meltemi editore
www.meltemieditore.it
redazione@meltemieditore.it

Collana: *Motus*, n. 19
Isbn: 9788855190800

© 2020 – MELTEMI PRESS SRL
Sede legale: via Ruggero Boscovich, 31 – 20124 Milano
Sede operativa: via Monfalcone, 17/19 – 20099 Sesto San Giovanni (MI)
Phone: +39 02 22471892 / 22472232

Indice

- 7 Introduzione
- Capitolo primo*
- 13 C'erano una volta re e regine
- Capitolo secondo*
- 29 La società di corte e l'ideologia dell'*ancien régime*
- Capitolo terzo*
- 37 1789: cronaca di una rivoluzione alla moda
- Capitolo quarto*
- 59 *White collars* vs. tute blu: è di moda la lotta di classe
- Capitolo quinto*
- 75 *Power dressing*: donne e potere
- Capitolo sesto*
- 93 La moda e la critica postcoloniale
- Capitolo settimo*
- 105 Il Sessantotto e la moda: le subculture al potere

| | |
|-----|---|
| | <i>Capitolo ottavo</i> |
| 123 | La moda e la politica <i>postideologica</i> |
| 141 | Bibliografia |

Introduzione

Il rapporto che unisce tra loro moda e politica è da sempre alquanto controverso. È opinione diffusa infatti che un fenomeno “superficiale” come la moda abbia poco in comune con una dimensione dell’agire umano, quale la politica, che per definizione è sottratta al capriccio e alla vanità. La politica infatti attiene alla costruzione e alla regolazione del vivere associato e chiama in causa i grandi sistemi di idee, destinati a lasciare un’impronta nella storia. La moda invece è passeggera, fugace e poco incline alla stabilità; essa attiene alle manifestazioni della superficie e per questo sembra destinata a non intaccare la dimensione razionale dell’agire individuale e collettivo.

In realtà, le manifestazioni superficiali della cultura hanno la capacità di restituire un’immagine della realtà nella sua immediatezza, una sintesi che contiene in sé contenuto e forma, apparenza e sostanza, e che attraversa trasversalmente le diverse discipline. “La cultura delle apparenze rappresenta, prima di tutto, un ordine. Per cogliere quest’ordine, lo storico deve imparare il linguaggio che consente la comunicazione in una regione strana, forse perciò affascinante, in cui lo spirituale e il materiale si mescolano con particolare energia: una regione in cui il mentale si fa corporale, il corpo individualizzato espone le fugaci trascrizioni della persona, l’abbigliamento sottolinea le riposte corrispondenze della materia e dello spirito”¹.

¹ D. Roche, *La culture des apparences. Essai sur l’Histoire du vêtement aux*

I dubbi e le perplessità con i quali si è guardato al rapporto tra moda e politica sono essenzialmente riconducibili al fatto che tale rapporto chiama in causa la dimensione simbolica della politica. Come afferma Fedel “in generale nella scienza politica il concetto di simbolo (e derivati) è utilizzato come membro di una *grande distinzione*. In tale distinzione la categoria simbolica copre l’area dei sentimenti, dei valori, della lealtà, ecc. vista in contrapposizione all’area degli interessi economici, delle cose materiali e tangibili, dell’utilitarismo in genere”².

Si delinea pertanto una contrapposizione tra gli usi simbolici della politica e la sua visione prettamente razionale-strumentale³, elemento questo che ha destato l’interesse e al tempo stesso lo scetticismo da parte dei politologi. “In ogni caso – afferma Fedel – qui l’attenzione va al fatto che il simbolismo in qualche modo ‘cattura’ le menti (e perciò le azioni) degli individui e le organizza in direzione favorevole al perseguimento di certi obiettivi che altrimenti rimarrebbero sulla carta o sarebbero difficili o costosi da perseguire”⁴.

Lo stesso Fedel, in apertura del saggio *Simboli e politica*, non annovera l’abbigliamento e tanto meno la moda, tra i simboli politici⁵, evidenziando al tempo stesso, che esistono delle difficoltà intrinseche all’analisi del simbolismo da parte

XVIIe et XVIIIe siècles, Paris, Fayard, 1989; trad. it. *Il Linguaggio della moda. Alle origini dell’industria dell’abbigliamento*, Torino, Einaudi, 1997, p. 511.

² G. Fedel, “Presentazione” a M. Edelman, *The symbolic uses of politics*, Chicago and London, University of Illinois Press, 1976; trad. it. *Gli usi simbolici della politica*, Napoli, Guida Editori, 1987, p. 20.

³ “In sintesi, contrapposta all’idea che i simboli abbiano un ruolo centrale nella vita politica vi è quella secondo cui essa sarebbe governata dai ferrei principi della scelta razionale”. D. I. Kertzer, “Simboli politici” in *Enciclopedia delle Scienze sociali*, Istituto dell’Enciclopedia italiana, www.treccani.it; D. I. Kertzer, *Ritual, Politics, and Power*, New Haven, Yale University Press, 1988; trad. it. *Riti e simboli del potere*, Bari, Laterza, 1989.

⁴ G. Fedel, “Presentazione” a M. Edelman, *Gli usi simbolici della politica*, cit., p. 25.

⁵ “È un fatto che la politica abbia componenti simboliche. Valori, discorsi, slogan, bandiere, emblemi, gesti, leader, eroi, cerimonie, musiche, monumenti, ecc. sono tutti simboli politici che riconosciamo subito nella nostra esperienza”. G. Fedel, *Simboli e politica*, Napoli, Morano Editore, 1991, p. 5.

delle discipline politologiche. Ciò che secondo Fedel è fondamentale chiarire è “il *collegamento* tra un tipo di variabile (i simboli) e un altro tipo di variabile (la politica)”⁶, ed è proprio a questo proposito che sorgono i problemi più rilevanti sul piano teorico e metodologico. Da una parte infatti, la nozione di simbolo, è per sua natura, “ambigua e confusa”⁷ e dall’altra, la nozione stessa di politica è a sua volta un campo pressoché illimitato, “ed è difficile sfuggire all’impressione che praticamente ogni aspetto della politica sia suscettibile di essere trattato in termini simbolici: l’autorità, il sostegno, la partecipazione, i processi allocativi, la violenza, i movimenti collettivi, le relazioni internazionali e molte altre cose ancora”⁸. In realtà, come afferma Kertzer, “lo scarso sviluppo degli studi sulla dimensione simbolica della politica moderna deriva anche dai metodi empirici prevalentemente usati nell’ambito delle scienze sociali contemporanee. I simboli non possono essere studiati in modo soddisfacente in termini quantitativi, né per mezzo di sondaggi o analisi elettorali”⁹.

Il pioniere degli studi sugli usi simbolici della politica è Harold Lasswell, che li pone in stretto rapporto con la sua concezione della politica¹⁰. “Lasswell concepisce la politica nei termini di un’incessante lotta tra élites e contro élites che sono in concorrenza tra loro per ottenere il sostegno della massa e in questo modo mantenere o conquistare il potere”¹¹. Le risorse utilizzate per la lotta per il potere sono i simboli, i beni e la violenza: “dove le *élites* e le contro *élites* impiegano simboli, e non beni e violenza, entra in gioco esclusivamente un tipo di eventi mentali, quello non connesso né con gli in-

⁶ Ivi, p. 7.

⁷ Ivi, p. 10.

⁸ Ivi, p. 11.

⁹ D. I. Kertzer, *Riti e simboli del potere*, cit., p. 16.

¹⁰ Cfr. H. Lasswell, Kaplan A., *Potere e Società*, Milano, 1969; H. Lasswell, “La politica: chi, prende che cosa, quando, come” in Stoppino M. (a cura di), *Potere, politica e personalità*, Torino, 1975; H. Lasswell, *The Signature of Power: Buildings, Communication and Policy*, New Brunswick, 1979.

¹¹ G. Fedel, “Presentazione” a M. Edelman, *Gli usi simbolici della politica*, cit., p. 27.

teressi economici, né con il timore della violenza, vale a dire le motivazioni tipiche [...] della sfera simbolica: sentimenti e valori”¹². La dimensione simbolica della politica interviene pertanto al livello della produzione del consenso e della lotta per il potere, contribuendo all’interno delle democrazie moderne ai processi di legittimazione.

Sarà Murray Edelman ad elaborare una concezione della politica fondata sui simboli, che fa ricorso a discipline diverse, chiamando in causa la dimensione espressiva della politica, che a sua volta copre la dimensione simbolica¹³. La dimensione simbolica, secondo la prospettiva elitista adottata dall’autore, “determina l’acquiescenza’ della massa all’azione delle *élites*; e ciò è possibile in quanto i simboli politici significano qualcosa che mantiene o altera il senso di sicurezza psicologica degli individui che Edelman interpreta in termini di assicurazione e minaccia”¹⁴. Da questo punto di vista, i simboli forniscono un ordine interpretativo della realtà che, anche qualora dovesse risultare falso, è comunque funzionale a assicurare le masse circa l’operato delle *élites*, fornendo al tempo stesso un’interpretazione della realtà. “È ragionevole pensare – afferma Edelman – che per certi individui e in certe condizioni, la politica e la religione servano da fonti alternative di simboli. Gli individui possono affidarsi soprattutto all’una oppure all’altra, al fine di soddisfare il bisogno di appartenere e di credere”¹⁵.

A ben vedere, la prospettiva politologica non consente di considerare la dimensione prettamente sociale dei fenomeni politici e di riallacciare così le fila di un discorso che lega la simbologia politica alla struttura di potere delle società, per evidenziare che il potere assume diverse forme, di cui la politica è solo una delle manifestazioni. A volte diventa egemonia, forma compiuta di un potere ideologico che permea

¹² *Ibidem*.

¹³ Ivi, p. 31.

¹⁴ Ivi, p. 32.

¹⁵ M. Edelman, *Gli usi simbolici della politica*, Napoli, Guida Editori, 1987, p. 253.

ogni aspetto della società, evita gli strumenti estremi della coercizione, e fa leva sulle paure dell'uomo, consapevole del fatto che ogni forma di potere contiene in sé un'aspirazione al controllo della realtà¹⁶.

Da questo punto di vista, la moda, al pari di altri simboli, è funzionale alla *rappresentazione simbolica del potere e della sua stratificazione all'interno della società*. Ciò non esclude affatto le risorse extrasimboliche di cui il potere dispone (primi fra tutti i beni economici e la violenza), ma le integra, evidenziando al tempo stesso le profonde interrelazioni che intercorrono tra di esse. La moda si limita a dare forma al potere, con l'immediatezza che le appartiene, ma con la consapevolezza che essa stessa non sfugge alle strutture di potere della società.

I *Fashion Studies* hanno affrontato solo marginalmente il rapporto tra moda e politica, con contributi per lo più legati ad aspetti specifici¹⁷. Nell'ultimo anno si è registrata una ripresa di questo campo di studio¹⁸ e la stessa rivista *Fashion Theory*, punto di riferimento internazionale per gli studi sulla moda, ha dedicato l'ultimo numero del 2019 proprio al rapporto tra moda e politica¹⁹.

Per moda qui non ci limitiamo ad intendere le singole manifestazioni della cultura materiale (abiti, scarpe, accessori, ecc.), ma il fenomeno sociale che dà forma ad idee, processi, relazioni, conferisce senso di appartenenza, ma soddisfa anche esigenze di differenziazione. La moda fornisce pertanto una prospettiva specifica a partire dalla quale analizzare i

¹⁶ M. C. Marchetti (a cura di), *Le dimensioni del potere*, Roma, Bulzoni, 2018.

¹⁷ B. Lemire (ed.), *The Force of Fashion in Politics and Society: Global Perspectives from Early Modern to Contemporary Times*, London, Routledge, 2010; N. Puwar, N. Bhatia, "Special Double Issue on Fashion and Orientalism", *Fashion Theory*, 7:3-4, 2003.

¹⁸ D. Bartlett (ed.), *Fashion and Politics*, New Haven, Yale University Press, 2019.

¹⁹ E. Gaugele, M. Titton (eds.), "Fashion as Politics: Dressing Dissent", numero monografico della rivista *Fashion Theory*, Vol. 23, Issue n. 6, 2019.

fenomeni, un punto di vista sulla realtà, che non ne esclude altri, ma li ricomprende in una visione d'insieme.

Il volume non intende seguire un'esposizione sistematica del rapporto tra moda e politica, che ricostruisca concetti e teorie, nonché approcci metodologici; né tantomeno aspira a fornire una visione unitaria e coerente del tema trattato: molti altri aspetti avrebbero potuto essere affrontati nelle sue pagine con eguale dignità. Fa ricorso alla storia, pur non essendo un libro di storia; utilizza la nozione di rappresentazione simbolica, ma non contiene una teoria dei simboli. L'idea di fondo è quella di lasciarsi guidare dal filo delle emozioni, per investigare la complessità di una relazione che, nelle diverse epoche storiche, racconta gli intrecci che si stabiliscono tra moda e società e la capacità che la moda ha di restituire, attraverso le manifestazioni superficiali della cultura, le trame di tali rapporti e le relazioni di potere.

Un ringraziamento particolare va agli amici e colleghi che hanno sostenuto con il loro entusiasmo questo progetto, rendendosi disponibili a leggere i capitoli e a fornire, ognuno con le proprie competenze, consigli e approfondimenti.

Un ringraziamento va al direttore della Collana, l'amico Angelo Romeo e all'editore per aver accettato questo progetto, che mi permette a distanza di anni, di chiudere il cerchio di una riflessione che ha visto la moda e il potere al centro dei miei interessi di ricerca.

Maria Cristina Marchetti

Capitolo primo
C'erano una volta re e regine

Accade spesso che la rappresentazione filmica riesca a restituire, più di tanti studi corposi, la complessità di un concetto o di un'elaborata costruzione teorica. La scena finale del film *Elizabeth* (1998) del regista Shekhar Kapur costituisce una delle migliori rappresentazioni del potere, così come messo in atto dalla regina Elisabetta I al momento della sua ascesa al trono. Siamo ancora lontani dalle più sofisticate teorie sul potere assoluto dei re o sulla loro discendenza divina, quando Elisabetta I realizza una delle più consolidate rappresentazioni simboliche del potere che da una parte eredita la tradizione spagnola e dall'altra anticipa lo stesso Luigi XIV.

Nel 1558, alla morte di Maria La Cattolica, Elisabetta, figlia di Enrico VIII e Anna Bolena sale al trono d'Inghilterra. La giovane sovrana è uscita vincitrice dalla lotta contro i nemici che, dentro e fuori la corte, si rifiutavano di riconoscerla come legittima erede di suo padre. Elisabetta è per nascita il simbolo della ribellione dell'Inghilterra alla Chiesa di Roma e all'egemonia della Spagna sull'Europa e rappresenta il volto nuovo della monarchia inglese, protestante e libera da legami con potenze straniere.

Nella scena finale del film *Elisabetta* circondata dalle sue dame di corte, dà inizio alla sua trasformazione in simbolo stesso del potere della nuova Inghilterra. La scena ha inizio con il taglio dei capelli ad opera di una delle dame, mentre

l'altra è impegnata nella preparazione di un belletto bianco, con il quale saranno cosparse le mani e il volto della regina. Mentre si compiono queste operazioni, scorrono le immagini della vita passata di Elisabetta, i momenti gioiosi e la durezza della vita di corte. La giovane regina ormai senza capelli, con le lacrime agli occhi, davanti allo specchio, pronuncia le parole: "I have become a vergin".

La scena successiva si apre con l'entrata solenne della regina nella sala del trono: la folla di cortigiani si apre al suo passaggio e quasi stenta a riconoscerla. Si ferma davanti a uno dei fedeli cortigiani e pronuncia le parole: "Observe Lord Cecil, I am married to England". La regina continua la sua sfilata prima di sedersi sul trono. Indossa gli abiti con i quali siamo soliti vederla raffigurata in molti ritratti ufficiali: una gorgiera inamidata le incornicia il volto, impedendo il movimento della testa; indossa la parrucca ornata di perle; l'abito è di broccato a sua volta ricamato con perle e pietre preziose. Il risultato è un'immagine ieratica, solenne, che di fatto ha abbandonato le fattezze umane, per assurgere ad una dimensione astratta. La scena è accompagnata da una musica di sottofondo – il Requiem di Mozart – che pur essendo storicamente un falso è funzionale alla rappresentazione scenica: suggerisce l'idea della morte e della rinascita della giovane sovrana a una nuova vita e conferisce alla scena una grande solennità.

Elisabetta I è forse la prima sovrana dell'epoca moderna a dedicare una grande attenzione alla rappresentazione simbolica del potere realizzata attraverso il corpo stesso del sovrano. Consapevole della debolezza della sua posizione, sempre minacciata dalla fazione cattolica ancora dotata di una sua forza a corte, farà di tutto per rafforzare la sua posizione, unendo il suo destino personale a quello del suo paese. Questa è sicuramente l'interpretazione più accreditata di un modo di rappresentare la regina Elisabetta I, ma vale la pena sottolineare che questa si inserisce pienamente in una tradizione giuridica di origine medievale, ripresa proprio in epoca Tudor, nota come la teoria dei "Due Corpi del Re".

Nell'opera omonima Ernst Kantorowicz, analizza tale teoria e la inserisce nel contesto giuridico segnato dal passaggio dal diritto antico a quello moderno e dalla conseguente necessità di conciliare le concezioni personali del governo con quelle impersonali¹. L'autore, riprendendo i *Reports* del giurista elisabettiano, Edmund Plowden, afferma che il sovrano dispone di due corpi distinti: il corpo naturale, soggetto al tempo e alla caducità umana e quello politico che, passa da un individuo all'altro, sfuggendo di fatto alla morte. La teoria si fonda sull'unità dogmatica dei due corpi, ma al tempo stesso deve riconoscere la superiorità di quello politico su quello naturale, attraverso la migrazione dell'anima, cioè della parte immortale della regalità da un sovrano all'altro. La teoria fu alla base di una serie di pronunciamenti della giurisprudenza inglese dell'epoca, ma soprattutto non sfuggono i suoi legami con la tradizione mistica medievale. Come sottolinea l'autore, "è molto interessante notare come nell'Inghilterra del XVI secolo, gli sforzi dei giuristi per definire con efficacia e accuratezza i due Corpi del Re avessero l'effetto di resuscitare e rendere ancora una volta attuali, in connessione con il primo assolutismo monarchico, tutti i problemi cristologici della Chiesa delle origini riguardanti le due nature"². Ne deriva un potente strumento di legittimazione del potere del sovrano che, se da una parte si inserisce nello spirito della Riforma, che mescola elementi religiosi e teoria politica, dall'altra è erede di una tradizione criptoteologica radicata presso i giuristi inglesi.

La prova della diffusione della teoria dei Due Corpi del Re è rintracciabile anche nell'eco che essa trova nell'opera di Shakespeare. Come sottolinea Kantorowicz, anche se non si hanno prove dirette di ciò, non è escluso che Shakespeare conoscesse tale teoria. Certo è che egli "ne ha fatto non solo il simbolo, ma invero la reale sostanza ed essenza di uno dei

¹ E. Kantorowicz, *The King's Two Bodies. A Study in Medieval Political Theology*, Princeton, Princeton University Press, 1957; trad. it. *I due corpi del re. L'idea di regalità nella teologia politica medievale*, Torino, Einaudi, 1989.

² Ivi, p. 16.

suoi più grandi lavori: il *Riccardo II* è la tragedia dei Due Corpi del Re”³.

La diffusione in epoca Tudor di tale teoria consente pertanto di aggiungere qualche elemento in più alla rappresentazione simbolica del potere da parte di Elisabetta I. Sul piano della moda, come si avrà modo di sottolineare in seguito, Elisabetta I porterà fino alle estreme conseguenze il processo di astrazione della figura umana già avviato dalla moda spagnola, la cui influenza era arrivata in Inghilterra al seguito di Caterina D’Aragona che aveva sposato in prime nozze Arturo Tudor e poi alla morte di lui, il fratello Enrico VIII. Sua figlia, Maria la Cattolica, moglie di Filippo II, figlio dell’Imperatore Carlo V, che divenne re di Spagna nel 1556 in seguito all’abdicazione del padre, portò avanti la tradizione della moda spagnola, facendone il simbolo della lotta tra cattolicesimo e protestantesimo⁴. L’influenza della moda spagnola su quella inglese è destinata a rimanere una costante che andrà ben oltre il regno di Elisabetta I e definirà le caratteristiche della moda inglese, in particolare per quanto riguarda la moda maschile⁵.

Al di là delle vicende personali, legate alla necessità di garantire una continuità dinastica al casato dei Tudor, Elisabetta fu principalmente interessata al rafforzamento e al radicamento della potenza inglese, indipendentemente dalla sua figura personale, che diviene il simbolo di un potere imperiale⁶ che rappresenta il paese nella sua interezza.

Interessante a questo proposito il dipinto che celebra la vittoria inglese nel 1588 sull’Invincibile Armada. Elisabetta è all’apice della sua potenza (morirà nel 1603), come traspare dal suo abito di corte che è divenuto via via più solenne:

³ Ivi, p. 24.

⁴ L’imperatore Carlo V morirà nel 1558, lo stesso anno dell’ascesa al trono di Elisabetta I.

⁵ P. Byrde, *The Male Image: Men’s Fashion in Britain. 1300-1970*, London, Batsford, 1979.

⁶ F.A. Yeats, *Astrea. L’idea di impero nel Cinquecento*, Torino, Einaudi, 1978.

le ampie maniche sono decorate con fiocchi di raso e perle, la ricca gorgiera inamidata incornicia il volto della regina, facendolo quasi sembrare staccato dal corpo. La mano destra è posata sul globo a rappresentare il controllo inglese sui mari e sullo sfondo campeggiano le scene della vittoria navale sull'Invincibile Armata.

La grande opera di rappresentazione simbolica del potere messa in atto da Luigi XIV circa un secolo dopo è debitrice nei confronti di Elisabetta I e del suo uso della moda a fini politici.

“L'état c'est moi”, è l'espressione con la quale si è soliti riassumere la visione del potere di Luigi XIV, anche se gli storici non sono certi che abbia mai pronunciato questa frase. Sta di fatto che questa era l'idea che di lui si erano fatti i suoi nemici. Il re infatti, in aperta opposizione all'antica tradizione che vedeva una sorta di condivisione del potere tra il sovrano e la nobiltà di sangue, riunì nelle sue mani tutti i poteri dello Stato, reclamando la piena sovranità e appellandosi al diritto divino quale forma di legittimazione del potere.

Con Luigi XIV il processo di costruzione dello Stato nazionale francese può dirsi definitivamente concluso e il sovrano utilizzò tutti gli strumenti in suo possesso per rappresentare all'esterno la definitiva presa del potere. Prima della sua ascesa la nobiltà francese sperimentò con la *fronda*, un ultimo tentativo di rivolta destinato a segnare l'esperienza politica del giovane Luigi. *Il bisogno di mettere a tacere ogni tentativo di ribellione indusse Luigi XIV a realizzare la più imponente costruzione simbolica elevata in nome della rappresentazione del potere assoluto.* Tale tipologia di potere in quanto sciolta (*ab-solutus*) da ogni forma di controllo esterno alla persona del sovrano, esalta la *distanza*, quale attributo del potere e l'aura di *sacralità* che esso incarna.

L'obiettivo che Luigi XIV si era prefisso fu raggiunto attraverso due strategie diverse, ma complementari: la prima, si fonda sul progressivo distanziamento del sovrano dal resto della nobiltà e la seconda sulla creazione di una “società di corte”, rigidamente controllata dal sovrano, all'interno del

quale la rivalità reciproca per il prestigio diviene garanzia della stabilità del sistema.

Luigi XIV fu forse il primo sovrano a comprendere il valore politico della moda come strumento di affermazione della potenza di una nazione. Non stupisce pertanto che egli facesse ricorso in prima persona all'uso strumentale della moda ai fini della rappresentazione del potere: nel corso del suo regno il sovrano cambiò più volte la forma dell'abbigliamento maschile, da lui stesso interpretato, per sottolineare alcuni importanti passaggi politici. Oltre a ciò, si fece promotore della moda francese all'estero attraverso l'istituzione di una sorta di aggiornamento mensile della moda mediante l'invio presso le principali corti europee di "bambole", pari alla metà della grandezza naturale di una persona, vestite secondo gli ultimi dettami della moda francese⁷.

La prima parte del regno di Luigi XIV copre un arco di circa vent'anni, dall'assunzione dei pieni poteri (1661), avvenuta alla morte del cardinale Mazzarino, agli anni ottanta (nel 1683 muore il Ministro Colbert, artefice delle principali riforme economiche), durante i quali il sovrano realizzò una serie di cambiamenti interni che non mancarono di produrre conseguenze sull'assetto internazionale. In questo periodo Luigi XIV riformò la moda maschile con cambiamenti destinati ad influenzare tutta la moda europea dell'epoca. Il principale obiettivo del sovrano era quello di segnalare il cambiamento degli equilibri politici attraverso il definitivo superamento della moda spagnola, la cui severità fu contrastata mediante la creazione di un'immagine di gentiluomo raffinata e lussuosa, alleggerita da ogni forma di imbottitura e rigidità, che ben si addice ad un giovane sovrano. I calzoni, detti *rhingraves*, si allungano fino al ginocchio e sono orlati da pizzi e nastri a "becco d'oca"; si indossano su calze quasi sempre bianche e scarpe con il tacco, che permettono al re di

⁷ In realtà tale strumento sembra fosse già stato inventato da Isabella d'Este, la quale dalla corte di Mantova le inviava al re di Francia, Francesco I (da qui deriverebbe il nome "pivole de Fransia"), con le ultime novità in fatto di moda create da lei personalmente per le dame della sua corte.

ovviare alla sua bassa statura⁸. La giacca è corta e lascia fuoriuscire la camicia, anch'essa riccamente orlata da pizzi alle maniche e al collo. Tra gli accessori è d'obbligo la parrucca con lunghe ciocche inanellate e il tricorno come copricapo.

All'apice della gloria Luigi XIV decise di cambiare nuovamente la sua immagine, orientandola verso un maggiore rigore: la marsina si allunga fino al ginocchio ed è portata su un ampio gilet, i pantaloni sono stretti al ginocchio gettando le basi di quello che sarà il costume maschile del Settecento. È interessante notare come questa seconda versione della moda maschile voluta da Luigi XIV risenta dell'influenza inglese, utilizzando forme stilistiche che si andavano diffondendo in Inghilterra già nella seconda metà del XVII secolo.

L'incoronazione costituisce il momento culminante del processo di acquisizione del potere, evidenziato sul piano vestimentario, da abiti ed accessori specificamente dedicati all'avvenimento ed utilizzati in seguito per le cerimonie ufficiali. L'abito per l'incoronazione è un vero e proprio abito di scena, che richiama elementi del passato – basti pensare all'incoronazione di Napoleone I – ed esalta il carattere sovrumano del sovrano; è in questa circostanza e nelle altre cerimonie ufficiali che il sovrano indossa i simboli del potere – la corona, lo scettro e il mantello – che ne segnalano al tempo stesso l'origine divina.

La rappresentazione simbolica del potere voluta da Luigi XIV oscilla pertanto dal rispetto estremo della tradizione alla moda, evidenziando a sua volta due diverse dimensioni del potere assoluto: la continuità e l'arbitrio. Da una parte infatti, “tutte le vesti legate a posizioni di autorità sono distinte da caratteristiche di grande tradizionalismo, per cui perpetuano forme di abbigliamento obsolete, in netto contrasto con la

⁸ È rimasta famosa la moda del “tallon rouge”, un tacco da uomo rosso, intorno alla cui origine ci sono diverse versioni. La più accreditata sembrerebbe essere quella che ne attribuisce l'introduzione a Filippo D'Orleans, fratello minore di Luigi XIV, raffinato cortigiano e attento cultore della moda. Da allora la stessa espressione “Être talons rouges” diviene sinonimo di modi raffinati.

moda corrente; questo essere al di sopra della mutevolezza delle mode è il simbolo del valore eterno del ruolo”⁹. Ne sono ancora oggi una prova gli abiti indossati da re, regine e capi di Stato di tutto il mondo. In questa prospettiva la rappresentazione del potere evita il ricorso alla moda e si colloca nella sfera dello stile, a simboleggiare la continuità del potere. Dall'altra, la scelta di indossare elementi di novità dettati dalla moda fornisce una diversa chiave di interpretazione del potere: l'innovazione in fatto di moda è anch'essa sottoposta al capriccio del sovrano che la utilizza per evidenziare, a seconda delle circostanze, le esigenze imposte dall'esercizio del potere (sfarzo, sobrietà, forza, ecc.).

La costante che unisce tra loro entrambi gli aspetti è rappresentata dal lusso, quale forma estrema di rappresentazione del potere. Il lusso si manifesta sia nella ricchezza dei materiali impiegati, sia nell'estrema complessità degli abiti e degli accessori, che divengono per ciò stesso estranei ad ogni principio di utilità funzionale, primo fra tutti lo svolgimento di un'attività professionale. Il lusso è una manifestazione esteriore che, per il fatto di eccedere rispetto alla normalità, si pone nella dimensione dello straordinario (*stra-ordinario*), propria della divinità, entrando in competizione con il divino, e con la sua potenza creatrice¹⁰.

L'utilizzo del lusso ai fini della rappresentazione simbolica del potere è ben evidenziato dalla necessità di regolamentarne lo sfoggio mediante apposite “leggi suntuarie”. Tale intervento del legislatore assume un duplice significato politico: da una parte si intende limitare l'ostentazione di particolari preziosi per il consumo dei quali spesso un paese dipende dalle importazioni (pizzi, tessuti ricamati con fili d'oro, pietre preziose); dall'altra si mira a ribadire il codice

⁹ G. Butazzi, *Moda. Arte/Storia/Società*, Milano, Gruppo Editoriale Fabbri, 1981, p. 49.

¹⁰ Come è scritto nel Vangelo: “E quanto al vestito, perché vi angustiate? Osservate i gigli del campo, come crescono: non lavorano, non tessono. Eppure, vi dico che neanche Salomone in tutta la sua magnificenza vestiva come uno di essi” (Matteo 6,28).

sociale dell'abbigliamento, in base al quale tali attributi devono rimanere appannaggio esclusivo di coloro che esercitano il potere¹¹. Nella pratica le leggi suntuarie miravano ad impedire che chiunque, per il solo fatto di poterselo permettere, sfoggiasse vesti sontuose, mettendo così in discussione l'ordine gerarchico della società.

Elisabetta I e Luigi XIV costituiscono l'apice di un processo di lungo periodo che ha visto l'alleanza tra moda e politica a sostegno della formazione degli stati nazionali e della teoria del potere assoluto dei re. Quando nel 1648 la pace di Westfalia segnò la nascita di un nuovo ordine politico internazionale fondato sugli Stati, la moda aveva già assunto un carattere nazionale da almeno duecento anni, divenendo un potente strumento di potere e contribuendo attivamente alla sua rappresentazione simbolica. Il percorso storico che ha condotto all'affermazione degli Stati nazionali nell'Europa moderna è infatti il primo esempio del profondo legame che la moda intrattiene con le vicende politiche. Lo scontro tra le grandi dinastie individua aree d'influenza militare e politica che la moda puntualmente registra e contribuisce a diffondere. La capacità della moda di rappresentare il potere, ma soprattutto di contribuire alla sua diffusione ben oltre i confini degli Stati-nazionali non sfuggì a sovrani del calibro di Carlo V, Filippo II, Carlo I Stuart, Luigi XIV ed in seguito, Napoleone I; gli scontri politici sono spesso stati combattuti attraverso guerre doganali ed economiche che hanno indotto le monarchie europee a privilegiare le manifatture interne rispetto all'importazione di prodotti dall'estero, lanciando così nuove "mode di Stato"¹².

¹¹ R. Levi Pisetzky afferma che "di Venezia soltanto ho raccolto più di cento leggi (precisamente 103) sommando unicamente quelle del Cinquecento e del Seicento. Quasi altrettante sono quelle di Firenze". R. Levi Pisetzky, *Il costume e la moda nella società italiana*, Torino, Einaudi, 1995, p. 30. La legislazione suntuaria arrivò a definire il numero delle perle che potevano essere utilizzate per decorare un abito, la lunghezza di uno strascico, calcolata in base al titolo nobiliare.

¹² Tale usanza è ancora diffusa oggi all'interno delle monarchie, ma anche presso i vertici istituzionali delle moderne democrazie (Presidenza della

Le diverse discipline, prime fra tutte la storia, hanno stentato a riconoscere il ruolo della cultura materiale e delle manifestazioni della vita quotidiana e sarà necessario attendere l'affermazione della Scuola de *Les Annales*, in campo storico per favorire tale riconoscimento. Da questo punto di vista, come sostengono gli storici della moda e del costume, "le influenze più profonde, che si ripercuotono poi sul costume di cui la moda rappresenta una delle manifestazioni più importanti, non sono legate ai fatti militari, ma ai mutamenti che da questi derivano, quando arrivano a decidere dell'ascesa e del predominio di un potere e di una cultura"¹³. Il rapporto moda e politica restituisce così l'immagine delle dinamiche che legano l'esercizio del potere alla diffusione delle idee e dei modelli culturali che una società esprime e dei quali la moda è l'epifenomeno.

Le diverse aree di influenza seguono una periodizzazione che a sua volta rispecchia l'ascesa e il declino dei diversi Stati nazionali. Molti degli elementi stilistici che si producono nell'arco di due secoli sono destinati ad avere un'influenza decisiva sullo sviluppo delle diverse mode fino ai nostri giorni. La contrapposizione, tuttora in auge, tra la moda francese, italiana e inglese è il risultato di un processo storico che affonda le sue radici nell'Europa moderna e che, pur arricchito di elementi aggiuntivi, mantiene inalterati i suoi motivi ispiratori.

Le diverse aree d'influenza possono essere così individuate a partire dai paesi che le hanno espresse. Come si è già avuto modo di sottolineare, l'Inghilterra e la Francia rappresentano il vertice di un processo di rappresentazione simbolica del potere al quale forniscono un contributo rilevante anche la Spagna e i Paesi Bassi. Volendo adottare una periodizzazione, che in quanto tale rischia di non tenere conto delle sovrapposizioni e delle contaminazioni tra epoche e

Repubblica, Capo del Governo) ai cui rappresentanti è informalmente "vietato" di indossare in pubblico abiti di fattura straniera (marchi, sartorie d'alta moda) che potrebbero in qualche modo nuocere all'economia nazionale.

¹³ G. Butazzi, *Moda. Arte/Storia/Società*, cit., p. 98.

tendenze, è possibile dividere le aree d'influenza a partire dai paesi di riferimento:

- 1) la *Spagna*: dalla scoperta dell'America (1492) al regno di Filippo II (1556-1598);
- 2) la *Francia*, della quale si è già avuto modo di parlare, dal regno di Luigi XIV (1661) alla rivoluzione francese;
- 3) l'*Inghilterra*, sia sotto il Regno Tudor, che in seguito a partire dalla seconda metà del XVIII secolo;
- 4) i *Paesi Bassi*, i quali a partire dalle guerre di religione e dall'indipendenza dalla Spagna, divennero il centro propulsore delle mode riformate che dall'Europa varcheranno l'Atlantico per influenzare la moda e il costume del continente nordamericano.

Le aree di influenza tendono a non tenere conto delle mode italiane, che hanno goduto di una certa notorietà all'epoca delle corti del Rinascimento e delle mode tedesche, legate alla presenza di eserciti mercenari provenienti dalla Germania, ma espressione di un potere, quale quello dell'Impero, ancora legato all'ordine internazionale del tardo medioevo. Guerre, matrimoni di stato, cessioni territoriali, furono infine l'occasione principale di diffusione delle mode e di ridefinizione delle aree d'influenza.

Le mode spagnole hanno alle spalle il potere di “un impero sul quale non tramonta mai il sole”. La moda spagnola costituisce infatti il primo esempio di “internazionalizzazione della moda” per l'ampiezza dell'area di influenza che essa arrivò a coprire¹⁴. La novità della moda spagnola è rappresentata dall'estrema stilizzazione della figura umana ottenuta nella donna attraverso l'alterazione delle forme e nell'uomo nell'esaltazione dei dettagli che richiamavano l'aggressività virile e guerriera. Nel primo caso, il mutamento rispetto alle linee delle corti italiane del Rinascimento, è rappresentato dalla netta contrapposizione del busto in confronto alla parte inferiore del corpo. L'effetto era ottenuto attraverso un irrigidimento della parte superiore dell'abito, foderata di tela

¹⁴ Ivi, p. 102.

e filo metallico e di un conseguente irrigidimento della gonna per mezzo di cerchi ricavati da un arbusto simile al vimini che gli spagnoli chiamano “verdugo” (*verdugadin*). La figura risulta alterata in una struttura formata da due coni uniti ai vertici; il corpetto è chiuso fino al collo, dal quale fuoriesce solo il bordo della camicia o il collare a “lattughe”; l’abito lascia scoperto solo il volto e le mani.

Nel costume maschile si diffuse l’immagine del gentiluomo-soldato, destinato a rappresentare il modello di virilità dell’uomo del Seicento, rispetto al raffinato cortigiano del Rinascimento. Anche in questo caso il busto è imbottito, tanto da renderlo rigido e bombato come il busto delle armature da guerra; i calzoni sono corti e gonfi e sono portati su delle calze; è evidente la braghetta di forma fallica simbolo di forza e virilità. È d’obbligo portare al fianco la spada, anche nelle occasioni di festa.

I tessuti sono molto pesanti, broccati e damaschi, decorati con pietre preziose o, in un secondo momento, con pizzi provenienti dai possedimenti delle Fiandre; la foggia dell’abito costringe la figura in una posizione eretta e impedisce i movimenti – è difficile sedersi e voltare la testa all’indietro – l’andatura risulta così rallentata e per ciò stesso solenne. La corporeità, in quanto strumento di espressione delle emozioni, viene ad essere sacrificata in nome di un uso strumentale della figura umana finalizzato in questo caso, alla rappresentazione del potere.

Il risultato finale è quello di una composta eleganza e di un processo di astrazione della figura umana rispetto alle forme naturali, particolarmente marcato nella moda femminile, che non manca di produrre i suoi effetti sul piano della rappresentazione simbolica del potere. La costruzione degli Stati-nazionali rappresenta un processo storico che deve tradursi in una nuova immagine del potere: la figura del sovrano, sia al maschile che al femminile, costituisce l’esito finale di un processo di conquista e consolidamento del potere che deve essere legittimato agli occhi del resto della nobiltà, al fine di fugare ogni minaccia futura. Il re è spesso l’esponente di una famiglia nobile risultata vincitrice in una lotta per la successione o colui che per una politica matrimoniale, come

nel caso degli Asburgo di Spagna, è riuscito a racchiudere nelle sue mani molti territori. Tale immagine, oltre a rappresentare il potere del più grande impero del mondo moderno, esprimerà in seguito il rigore morale della Controriforma, di cui Carlo V fu il più strenuo difensore e risentirà a sua volta dell'influenza dei Paesi Bassi e delle guerre di religione che lì si combatterono sotto il regno di Filippo II¹⁵.

Per circa un secolo, la moda spagnola costituì il principale strumento di rappresentazione del potere assoluto dei nuovi sovrani europei. Attraverso una politica matrimoniale – Enrico VIII sposa Caterina d'Aragona e sua figlia, Maria Tudor, sposa Filippo II di Spagna – si diffuse in Inghilterra, raggiungendo, con Elisabetta I, i vertici della rappresentazione del potere.

Fin da questo momento l'influenza francese sulla moda inglese è avvertita come una minaccia all'autonomia di questo paese e come un tentativo di mascherare più ambiziosi progetti di conquista. Ne è una prova l'influenza sulla corte scozzese di Maria Stuart, la quale oltre ad essere imparentata da parte di madre con la potente famiglia francese dei Guisa, aveva sposato in prime nozze Francesco II di Valois, re di Francia; la sua eventuale ascesa al trono d'Inghilterra avrebbe pertanto costituito un pericolo per l'indipendenza del paese¹⁶.

Gli storici del costume riconducono all'influenza spagnola sulla moda inglese le caratteristiche che successivamente faranno di quest'ultima un modello di rigore ed eleganza, particolarmente in campo maschile: la preferenza per i colori scuri,

¹⁵ Lo stesso Filippo II, dopo aver ricevuto dal padre la corona di Spagna continuò a risiedere nei Paesi Bassi prima di trasferirsi definitivamente in Spagna fino alla morte.

¹⁶ L'elemento dinastico giocava un ruolo determinante sulla politica dell'epoca. Nella lotta per la successione che si aprì tra Elisabetta, appoggiata dai riformisti anglicani e Maria Stuart appoggiata dai cattolici intransigenti, dopo la morte di Maria *La Sanguinaria*, il re di Spagna Filippo II, pur presentandosi come un campione della fede cattolica, finì per appoggiare tacitamente l'ascesa al trono di Elisabetta. Non poteva infatti appoggiare Maria Stuart proprio per i legami di quest'ultima con la Francia. Questo mutamento ai vertici della monarchia inglese avrebbe infatti sovvertito l'ordine stabilito dalla pace di Cateau Cambresis (1559), permettendo al re di Francia di controllare anche l'Inghilterra e la Scozia.

il nero in particolare, e per il taglio sartoriale degli abiti costituiscono infatti una costante della moda maschile inglese¹⁷.

L'influenza della moda spagnola fu particolarmente evidente anche nell'Italia meridionale, a fasi alterne sottoposta al dominio della Spagna e resterà una costante del costume popolare. In Italia la moda spagnola si diffuse però in una forma meno rigida, combinandosi in molti casi con l'influenza di altre dominazioni e del passato cortese dell'epoca rinascimentale, destinato a perdurare nell'esperienza delle corti italiane per almeno due secoli, fino alla definitiva affermazione della moda francese.

Il declino della moda spagnola è il segno del lento declino di un Impero. Nel 1556 Carlo V abdicò e divise i territori dell'Impero tra il fratello Massimiliano e il figlio Filippo II; le lotte nei Paesi Bassi, unite ad una serie di problemi economici legati ai rapporti con le colonie portarono ben presto il paese alla bancarotta (1575).

Il ritiro della Spagna dalla scena della moda costituisce il segno esteriore di una ridefinizione degli assetti politici internazionali a seguito della Riforma protestante. L'influenza della Riforma protestante sulla moda e la capacità di quest'ultima di dare forma al cambiamento epocale che si era prodotto nella società europea è un elemento che non è stato sufficientemente considerato. Al di là infatti degli aspetti esteriori, la Riforma protestante costituisce il fenomeno culturale che più di ogni altro mise in discussione l'ordine della società europea dell'epoca fondato sul potere tradizionale dell'Impero e del Papato. Fu espressione al tempo stesso di libertà di pensiero rispetto ai dogmi della religione, e di un rigore morale, idealmente contrapposto ai costumi corrotti della curia pontificia. Dal 1517 anno in cui Lutero affisse le 95 tesi sul portale della Chiesa del Castello di Wittenberg, al 1545 anno dell'apertura ufficiale del Concilio di Trento, passano solo trent'anni destinati a cambiare la storia dell'Europa. Come sostiene Daniel Roche,

¹⁷ P. Byrde, *The Male Image: Men's Fashion in Britain. 1300-1970*, cit.

A partire dal Seicento, dopo il grande moto di riflessione religiosa originato dalla riforma protestante e dalla cattolica, il vestiario si trova al centro dei dibattiti sulla ricchezza e la povertà, sull'eccessivo e il superfluo, sul necessario e il sufficiente, il lusso e la *medietas*. Nella visione morale cristiana, sia essa cattolica o protestante, il vestito è la pietra di paragone per misurare l'adattamento dei costumi agli imperativi etici. Un secolo più tardi il vestito diventa, tra i prodotti suscettibili di migliorare la società e la qualità della vita, l'esempio preferito dagli economisti che riconoscono il primato all'utilità e ai moventi dei consumi. La storia del vestire rappresenta insomma una testimonianza profonda sulle civiltà, capace di rivelarne i codici.¹⁸

Sul piano sociale la diffusione della Riforma nei paesi del Nord Europa va di pari passo con l'ascesa sulla scena mondiale di una nuova classe sociale: la borghesia. "Mancando in Europa, nella prima metà del XVII secolo una corte regnante che potesse servire da modello, la ricca borghesia cittadina dei Paesi Bassi svolse per qualche tempo un ruolo determinante nelle vicende della moda"¹⁹. In questi anni infatti l'Europa fu sconvolta dalle guerre di religione prima e dalla guerra dei Trent'anni poi; la Francia era sotto l'influenza del cardinale Richelieu e del suo ex segretario Mazzarino²⁰; l'Inghilterra degli Stuart fu colpita dalla Rivoluzione di Cromwell. I puritani inglesi, per sfuggire alle persecuzioni di Giacomo I Stuart, fuggirono in America (i padri pellegrini sbarcarono nel nuovo continente nel 1620) e diffusero nelle colonie la nuova moda, che

¹⁸ D. Roche, *La culture des apparences. Essai sur l'Histoire du vêtement aux XVIIe et XVIIIe siècles*, Paris, Fayard, 1989; trad. it. *Il Linguaggio della moda. Alle origini dell'industria dell'abbigliamento*, Torino, Einaudi, 1997, p. 7.

¹⁹ L. Kybalová, O. Herbenová, M. Lamarová, *Obrazová encyklopedie módy*, Artia, Praha, 1973; trad. it. *Enciclopedia illustrata della moda*, Milano, Mondadori, 2002, p. 165.

²⁰ Le guerre di religione in Francia si concluderanno con l'ascesa al trono di Francia di Enrico IV di Borbone il quale pur di porre fine alle guerre di religione, si convertì al cattolicesimo (1594). Si aprì la grande stagione della Francia di Enrico IV e di Richelieu, destinata a durare ben poco a causa dell'assassinio del re nel 1604; dal quel momento sua moglie Maria dei Medici, assunse la reggenza in nome del figlio Luigi XIII.

da lì a sua volta si diffuse in Europa sulla scia della Rivoluzione americana e delle idee democratiche a cui essa si ispirava²¹.

I Paesi Bassi usciti vincitori dal conflitto con la Spagna, utilizzarono l'avversità nei confronti della moda spagnola quale strumento di lotta politica e di affermazione di un modello di società nuova all'interno della quale la moda non è più dettata dalle grandi famiglie nobiliari, ma dalla borghesia cittadina – composta da mercanti, banchieri, professionisti – che trova nello svolgimento di una professione la sua legittimazione all'interno della società. La principale differenza di questa moda rispetto a quella spagnola consisteva nel recupero di una certa libertà di movimento, data nell'uomo dall'allungamento della sopravveste maschile e dall'eliminazione delle imbottiture e nella donna dall'eliminazione del *vertugadin*, sostituito da una serie di sottogonne, e dall'innalzamento del punto vita. Negli ambienti puritani i colori rimasero scuri e i pizzi e i merletti, molto in voga all'epoca, furono eliminati dalle vesti.

Si delineano i tratti salienti di un processo di lungo periodo che produsse come conseguenza l'ascesa della borghesia sulla scena sociale e politica e la nascita del capitalismo moderno. In questa prima fase, l'etica protestante ebbe un ruolo determinante nell'affermazione di una nuova moda destinata ad influenzare le caratteristiche della società capitalistico-borghese del XIX secolo, in Europa e in Nord America e alla rappresentazione simbolica di una nuova classe sociale che di lì a poco avrebbe rivoluzionato la storia del vecchio continente.

²¹ Nel 1776 Benjamin Franklin giunse a Parigi come rappresentante degli Stati Uniti e portò nel vecchio mondo la moda “democratica” d'oltreoceano. L'abbigliamento alla Franklin nella Francia prerivoluzionaria divenne simbolo di libertà.

⊕

Capitolo secondo
La società di corte e l'ideologia dell'*ancien régime*

La rappresentazione del potere voluta da Luigi XIV non può essere compresa fino in fondo senza prendere in esame le caratteristiche di quel modello di società voluta dal sovrano che è la società di corte. Sul piano storico, la società di corte affonda le sue radici nella società cortese della cultura umanistico-rinascimentale e lega la sua fortuna all'affermazione degli Stati-nazionali in Europa e delle grandi dinastie di sovrani per diritto divino che dalla Francia alla Spagna, all'Impero Germanico all'Inghilterra attraversano l'Europa moderna. Allo stesso tempo, tale modello di società raggiunge il suo apice solo con la corte di Versailles di Luigi XIV che, per le caratteristiche che la contraddistinguono, è capace di assurgere a metafora del potere assoluto e delle dinamiche che sovrintendono al suo esercizio. La corte di Versailles è infatti il risultato di una strategia messa in atto dal sovrano per svuotare la nobiltà di ogni potere reale che possa costituire una minaccia nei confronti del potere assoluto del re¹.

La società di corte presenta, sul modello del sistema copernicano, una struttura concentrica, all'interno della quale le norme di comportamento che ne regolano il funzionamento sono finalizzate a definire con estrema precisione la maggiore o minore vicinanza dei diversi membri della corte

¹ Per un'analisi della società francese dell'epoca cfr. Voltaire, *Il secolo di Luigi XIV*, Torino, Einaudi, 1994.

⊕

rispetto al centro (Sole), rappresentato dal sovrano. Il mantenimento delle posizioni acquisite, costituisce lo scopo di ogni uomo di corte: una retrocessione implica una perdita di *status* e di conseguenza di prestigio rispetto agli altri membri della società. Pertanto ogni comportamento, ogni gesto, ogni oggetto assume un elevato valore simbolico, ai fini della conquista del prestigio sociale.

Il valore d'uso, l'utilità immediata insiti in ciascuno di questi gesti erano più o meno in secondo piano, o quantomeno piuttosto insignificanti. Ciò che a quegli atti conferiva la loro grande, grave e determinante importanza era esclusivamente il valore che essi conferivano a quei membri della società di corte che vi prendevano parte, la relativa posizione di potere, il rango e la dignità che esprimevano.²

Secondo Elias, nella società di corte "l'ethos di status, strumento per l'autoaffermazione degli strati superiori, ha sempre il sopravvento sull'ethos dell'economia, strumento di autoaffermazione soprattutto per gli strati inferiori"³. Da questo punto di vista, lo sfoggio di ricchezza non ha niente a che vedere con una concezione economica della vita.

In bocca ad un aristocratico di corte il termine *economie* nel suo significato di subordinazione delle spese ai guadagni e di limitazione pianificata del consumo ai fini del risparmio, per tutto il secolo XVIII e perfino dopo la Rivoluzione ebbe un sapore un po' spregiativo.⁴

La società di corte si fonda infatti su una forma di "consumo finalizzato al prestigio" che impone agli esponenti di tale

² N. Elias, *Die höfische Gesellschaft*, Darmstad, Verlag GambH, 1969; trad. it. *La società di corte*, Bologna, Il Mulino, 1980, p. 98.

³ Ivi, p. 54. La stessa avanzata sociale delle nobiltà di toga, a partire dall'emancipazione del decreto della Paulette nel 1604 che sanciva la venalità delle cariche pubbliche, fu ostacolata mediante lo spostamento della rivalità sociale, dal piano economico a quello simbolico, legato al prestigio e alla tradizione nobiliare.

⁴ Ivi, p. 71.

società di consumare beni in rapporto alla loro posizione sociale, indipendentemente dalle reali possibilità economiche.

Il prestigio, inteso come il riconoscimento che un soggetto ottiene dai membri del proprio gruppo, è in parte riconducibile a fattori ascrivibili, quali l'antichità della casata, e in parte alle capacità del singolo individuo; indipendentemente dal possesso di un titolo nobiliare, sono infatti i singoli individui ad emergere con le loro qualità, secondo una concezione della vita, basata sull'arte sottile di soppesare gesti e parole. La cura estrema che viene messa nel compiere ogni singolo gesto, deve però apparire come la cosa più naturale al mondo:

nessuno ci piace più in un vestito più di una certa negligenza, o persino di un certo disordine che ci nascondono tutte le cure che la pulizia non ha richiesto, e che la sola vanità avrebbe causato; e non si ha della grazia nello spirito se non quando quel che si dice sembra trovato e non ricercato.⁵

La rivalità finalizzata al prestigio si fonda pertanto su impercettibili sfumature e differenze nel comportamento, dotate di un forte potere differenziante, proprio perché riconducibili alle diverse capacità individuali. Come afferma Montesquieu, “vi è talvolta nelle persone o nelle cose un fascino invisibile, una grazia naturale impossibile da definire, e che si è costretti a chiamare *un non so che*”⁶. Si delinea così un tipo di società all'interno della quale “*il come* di un comportamento” ha sempre il sopravvento “rispetto al che cosa”⁷.

È una rivalità che, se anche non manca di toccare livelli estremi, è per lo più condotta sulla base di un sottile controllo di ogni particolare del comportamento proprio e di quello altrui. È un controllo costante che investe i sentimenti, il linguaggio, l'abbigliamento, l'abitazione:

⁵ Montesquieu, *Essai sur le goût*, 1760; trad. it. *Saggio sul gusto*, Milano, SE, 1990, p. 39.

⁶ Ivi, p. 37.

⁷ N. Elias, *La società di corte*, cit., p. 135.

per i membri della *bonne compagnie* dell'*ancien régime* la raffinata disposizione della casa e del parco, la decorazione delle stanze in modo più intimo o più elegante a seconda della moda, rispettando le convenzioni sociali, o la diversificazione e realizzazione dei rapporti tra uomo e donna fin nei minimi particolari, non erano soltanto iniziative esercitate di buon grado dal singolo, ma esigenze vitali del loro rapporto sociale. Esserne padroni era premessa indispensabile per il prestigio sociale e per il successo sociale equivalente al nostro successo professionale.⁸

Le regole che sono alla base del modello di vita della società di corte sono idealmente racchiuse nel cerimoniale e nell'etichetta. Il primo rimanda ad una ritualità che conferisce al potere un carattere ultraterreno che lo avvicina alla divinità; la seconda costituisce un insieme di norme di comportamento che legano gli individui gli uni agli altri, capace di garantire la stabilità del sistema nel suo complesso: mettere in discussione le regole dell'etichetta e del cerimoniale significava turbare un ordine delle cose e la posizione che ognuno ricopriva al suo interno. Sotto il regno di Luigi XV e soprattutto con l'ascesa al trono di Luigi XVI e di sua moglie Maria Antonietta, il complesso sistema di regole legato all'etichetta e al cerimoniale dimostrò tutto il suo vuoto formalismo, ma nessuno aveva interesse a riformare quel sistema di relazioni sociali, senza correre il rischio di mettere in discussione la sua stessa posizione e i privilegi acquisiti.

Non si trattava mai di una lotta per il potere in senso assoluto, nella quale probabilmente nessuno sarebbe risultato vincitore, vista la presenza del sovrano, ma "di un prestigio esattamente graduato, su chances gerarchiche di potere"⁹, che determinava la posizione di ognuno rispetto agli altri. Nessuno poteva sottrarsi all'etichetta senza mettere in discussione la propria posizione. In questa prospettiva, il controllo esasperato delle forme esteriori diviene strumento di

⁸ Ivi, p. 144.

⁹ Ivi, p. 121.

controllo sociale, capace di prevenire ogni forma di devianza e quindi di attacco al potere del sovrano.

Rispetto alla rappresentazione del potere assoluto messa in atto dal sovrano, la nobiltà di corte, pur privata di ogni potere reale, elaborò la più formidabile rappresentazione simbolica del potere di una classe sociale, condotta mediante il ricorso a strumenti apparentemente superficiali. Si tratta di una forma sottile di potere sulle idee, la cultura, il “saper vivere”, che fa di questa società “la civiltà delle buone maniere” e il simbolo stesso del processo di civilizzazione¹⁰. La moda divenne espressione di questo *ethos* collettivo e contribuì, con l’aiuto delle arti figurative, a definire gli elementi stilistici del modello di società che lo incarna. La ricchezza degli elementi decorativi, l’uso dei colori chiari e delle parrucche concorrono alla rappresentazione simbolica del potere di una classe sociale che ha fatto del superfluo e dello spreco la sua stessa ragione d’essere.

Nella prima metà del XVIII secolo, sarà l’avvento del *rococò* ad esasperare le mode in fatto di abbigliamento e arredamento. Per quanto riguarda l’abbigliamento maschile, le falde del gilet e della marsina diventano rigide e voluminose e ricche di ricami, come appaiono in molti dipinti di Antoine Watteau (1684-1721), François Boucher (1703-1770) e Jean-Honoré Fragonard (1732-1806). Bisognerà attendere la seconda metà del secolo per un ridimensionamento complessivo della figura maschile: sotto l’influenza della moda inglese, il gilet inizia ad accorciarsi fino a toccare il punto vita e la marsina si restringe spostando le code all’indietro e assumendo una forma più stilizzata e affusolata. Non è raro che gli uomini usino belletti e gioielli e in genere ogni accessorio che possa denotare una cura estrema di ogni dettaglio dell’abbigliamento (bottoni, bastone da passeggio, cappello).

La parrucca dapprima voluminosa, come quella visibile nei ritratti ufficiali del Re Sole, divenne sempre più ridot-

¹⁰ N. Elias, *Über den Prozess der Zivilisation: Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen*, Frankfurt, Suhrkamp, 1936; trad. it. *Il processo di civilizzazione*, Bologna, Il Mulino, 1985.

ta nelle sue dimensioni, incipriata, con il codino trattenuto da un nastro. La parrucca costringe la figura ad una postura rigida e innaturale e conferisce all'immagine complessiva un'aurea artificiale e astratta, che di fatto serve a ribadire l'estraneità dell'aristocrazia al lavoro e allo svolgimento di mansioni manuali.

La ridefinizione del corpo umano è particolarmente evidente nelle mode femminili nelle quali il decorativismo estremo raggiunto dalle vesti (basti pensare ai ritratti ufficiali di Maria Antonietta o a quelli di Madame de Pompadour) ribadiscono *l'ethos* di un modello di società. Il corpo femminile è ridisegnato dal busto e dal *panier*, e quasi scompare sotto nastri, fiocchi, fiori, pizzi che ricoprono l'abito. Sotto il regno di Maria Antonietta le parrucche femminili raggiungono dimensioni vertiginose e si arricchiscono di elementi decorativi e strutture posticce¹¹.

I colori sono quasi sempre chiari, sia per gli uomini che per le donne e i tessuti cangianti grazie all'impiego del *taffetas*, tessuto in seta leggero e fruscante dagli effetti luminosi e cangianti, ispirati agli studi di Isaac Newton sulla rifrazione della luce.

Ogni elemento dell'abbigliamento e dell'arredamento, forma, colori, tessuti, segnala l'estraneità della nobiltà rispetto allo svolgimento delle più comuni attività, eccezion fatta per l'andare a cavallo, retaggio di una origine cavalleresca. L'estraneità al lavoro in particolare, come sottolineato da Elias, costituisce una fonte di prestigio esclusiva della società di corte. Tale estraneità segnala però qualcosa di più sostanziale della mera condizione di *rentiers*: essa evidenzia il rifiuto dell'etica mercantile, che contraddistinguerà la società borghese, mediante lo spostamento della lotta per il prestigio sociale dal piano economico a quello ben più sostanziale, del rispetto dell'etichetta e delle "buone maniere". La nobil-

¹¹ Celebre la parrucca disegnata per Maria Antonietta da Monsieur Léonard che riproduceva il veliero francese "Belle Poule" per festeggiare la sconfitta del veliero inglese "Arethusa" durante la guerra d'indipendenza americana.

tà di corte si è infatti vista progressivamente ridurre le sue reali *chances* di potere a vantaggio esclusivo del sovrano e per difendersi non può fare altro che appellarsi a ciò che la legittima come classe sociale: il suo essere depositaria di un sistema di norme non scritto che affonda le sue radici nell'antichità delle casate e che si perpetua attraverso l'abilità di singole personalità. In questa prospettiva il nemico storico della società di corte non sono solo le masse che avanzano e che bussano alle porte del potere, reclamando un ruolo attivo, ma sono il mercante e il borghese con la loro etica quantificatrice.

L'ideologia dell'*ancien régime* è ciò che fonda l'aristocrazia come classe, nel riconoscimento che a volte la rinuncia al potere è la sua forma estrema di rappresentazione. L'eccesso e la superficialità si tramutano così nel loro contrario, nel momento in cui sfuggono ad ogni logica utilitaristica: il decorativismo estremo delle vesti al pari dell' "uso infruttuoso del tempo", impiegato in attività dichiaratamente "inutili" – il gioco, la conversazione, lo studio della danza e delle lingue morte – muovono una critica implicita all'etica borghese per la quale "il tempo è denaro". Espressioni di uso comune quali, "non è elegante parlare di soldi", unite ad un disprezzo latente per il lavoro, in quanto legato agli aspetti materiali dell'esistenza sono un retaggio di questo modello di società che a tratti ha permeato di sé alcuni aspetti della moderna concezione del potere. Il patrimonio simbolico della società di corte è stato infatti "saccheggiato" dalle generazioni future in cerca di un criterio di legittimazione del loro potere nel momento in cui la tradizione è venuta meno e ha lasciato il posto al processo di democratizzazione della società¹².

¹² Afferma a questo proposito Elias. "è bene tener presente queste linee di sviluppo: il salotto della nobiltà e dei finanzieri del XVIII secolo è una derivazione del salotto del re della metà del XVII secolo". N. Elias, *La società di corte*, cit., p. 89.



Capitolo terzo

1789: cronaca di una rivoluzione alla moda

Il 4 maggio 1789, in occasione della sfilata inaugurale per l'apertura degli Stati Generali si assistette per le vie della cittadina di Versailles alla fine di un mondo e alla nascita di una nuova era¹. La moda era chiamata a fornire una rappresentazione simbolica di tale passaggio epocale: in testa al corteo spiccavano le vesti scarlatte e viola dell'alto clero; seguivano i nobili, distinguibili per lo sfarzo ricercato degli abiti di corte; chiudeva il corteo il terzo stato, vestito in abiti scuri secondo la più sobria moda inglese che nel frattempo si andava diffondendo tra la borghesia.

Molti storici del costume sostengono che in realtà la Rivoluzione francese abbia prodotto meno cambiamenti di moda di quanto possa a prima vista sembrare, perché la maggior parte delle trasformazioni negli aspetti esteriori – abbigliamento, accessori, tessuti – erano già avvenuti negli ultimi anni del regno di Luigi XVI e di sua moglie Maria Antonietta.

Allo stesso tempo, il periodo che va dal 14 luglio 1789 all'ascesa al potere di Napoleone Bonaparte (18 brumaio 1799) individua un decennio caratterizzato da un susseguirsi di mode che ricalcano in maniera fedele gli ideali della rivoluzione, alla diffusione delle quali non furono estranei gli esponenti di spicco del potere rivoluzionario².

¹ L'ultima volta erano stati convocati nel 1615 da Maria de' Medici.

² B. Consarelli (a cura di), *1789: la rivoluzione e i suoi miti*, Pesaro, Editrice Flaminia, 1993.

In realtà la Rivoluzione francese non fu che una delle grandi rivoluzioni che ebbero luogo alla fine del XVIII secolo e aprirono la strada ad un modello nuovo di società. Negli stessi anni infatti la Rivoluzione americana e quella industriale contribuirono a scardinare l'assetto consolidato delle istituzioni dell'*ancien régime* sia sul piano politico che su quello economico. Avvenimenti paralleli e convergenti su alcuni punti, introdussero infatti quei cambiamenti epocali che sono alla base della nascita delle moderne democrazie e del capitalismo. Nelle colonie americane, in Francia e in Inghilterra si mise in moto un meccanismo di rinnovamento culturale che, grazie all'influenza dell'Illuminismo, arrivò a mettere in discussione l'ordine costituito della società, fondato sul potere culturale, prima ancora che politico, dell'aristocrazia.

Il soggetto politico di questa fase di rinnovamento è una nuova classe sociale – la borghesia – che pur costituendo l'ossatura portante della società e incarnando i valori di cui è portatrice, rimane esclusa dalla gestione del potere. Al tempo stesso, la borghesia è consapevole di dover legittimare la sua posizione all'interno della società, non potendo attingere all'apparato simbolico elaborato nei secoli dall'aristocrazia e fondato sulla tradizione, il prestigio, l'antichità del lignaggio. Al contrario la borghesia si trova nella condizione di dover segnalare in tempi brevi la portata del cambiamento, prendendo contemporaneamente le distanze da tutto ciò che l'ha preceduta.

La moda diventa la sua più potente alleata, in virtù della sua capacità di registrare esigenze latenti di mutamento prima ancora che si siano consolidate in nuove forme culturali e istituzionali. Entrambe condividono la velocità del mutamento, unita alla propensione al nuovo e al rifiuto del passato. I grandi mutamenti di cui le rivoluzioni sono portatrici – siano essi politici, culturali, religiosi – hanno bisogno di essere segnalati velocemente, per mettere in moto processi di mutamento sociale di lungo periodo. È frequente infatti registrare in tempo di rivoluzione un processo di accelerazione dei cambiamenti di moda che in parte asseconda gli

avvenimenti storici, in parte li anticipa, dando forma alla società futura.

È difficile immaginare che illustri uomini politici, impegnati a cambiare il loro paese attraverso una rivoluzione, possano essere considerati, sia pure involontariamente, come dei veri e propri creatori di mode. Eppure è quanto è accaduto. A loro spettava l'arduo compito di rappresentare simbolicamente i cambiamenti politici che prendevano forma nelle pagine delle loro opere e che alimentavano i dibattiti nei caffè e nei salotti, così come i proclami declamati a gran voce nelle piazze. *Liberté, Egalité, Fraternité, No taxation without representation* sono i primi esempi di *slogan* politici, propri di un sistema, quale quello democratico, che fa della lotta politica tra le parti contrapposte, il suo elemento caratterizzante.

I dieci anni successivi allo scoppio della rivoluzione francese, furono preparati dagli avvenimenti degli ultimi anni del regno di Luigi XVI. Nel 1762 Rousseau pubblica il romanzo pedagogico *Émile ou de l'éducation* nel quale enunciò i suoi principi sull'educazione secondo natura, lontano dagli influssi negativi della vita sociale. Il mito del "buon selvaggio" assume così un significato pedagogico che annuncia la società nuova che scaturirà dalla rivoluzione. La stessa regina Maria Antonietta risentirà di questo clima culturale e tra il 1782-83 commissionerà la costruzione, nel giardino della reggia di Versailles, dell' *Hameau de la Reine*, la ricostruzione di un villaggio di campagna, nel quale poteva ritagliarsi degli spazi per sé e i suoi figli lontano dalla vita di corte.

La stessa moda cambierà radicalmente anche sotto l'influenza della moda anglosassone e della ventata di novità che proveniva dalle colonie americane. Nel 1776 Benjamin Franklin era giunto a Parigi come rappresentante degli Stati Uniti e portò nel vecchio mondo la moda "democratica" d'oltreoceano, tanto che l'abbigliamento "alla Franklin" nella Francia prerivoluzionaria divenne simbolo di libertà. Lo stesso generale Lafayette si recò nelle colonie americane per combattere nella guerra d'indipen-

denza americana, alla fine della quale rientrò in Francia e fu eletto come rappresentante della nobiltà all'Assemblea degli Stati Generali.

L'abbigliamento di corte, pur mantenendo le foggie sfarzose delle cerimonie ufficiali, iniziò lentamente a mutare e fu proprio la regina Maria Antonietta a introdurre le prime novità. Come è possibile ammirare nei dipinti di Élisabeth-Louise Vigée Le Brun (1755-1842), ritrattista ufficiale della regina, negli ultimi anni del suo regno Maria Antonietta apportò una rivoluzione nell'abbigliamento di corte. Infatti, a partire dal 1780 la moda cambia a un ritmo sempre più veloce per quanto riguarda le donne e si stabilizza definitivamente per quanto riguarda la *silhouette* maschile. Il *panier*, sarà riservato solo agli abiti di corte e si diffusero altri modelli di abbigliamento, specialmente nelle grandi città. Il primo a comparire è la *robe à la polonoise*, che presenta un sellino posteriore sul quale sono riprese le ali dell'abito. A questo modello si affiancarono la *robe à la turque*, *à la circassienne*, *à l'anglaise* che presentarono variazioni che in alcuni casi risentivano dell'influenza orientale e in altri guardavano alle mode inglesi, introducendo anche nell'abbigliamento femminile l'uso della *redingote*. Nelle varianti ufficiali indossate dalla regina, immortalate dai ritratti di Élisabeth-Louise Vigée Le Brun, si nota ancora l'abito composto da due pezzi, nel quale il *panier* è sostituito da un sellino posteriore, la scollatura è ornata da un *fisciù*, una piccola stola incrociata davanti e annodata sul retro. Le parrucche sono presenti, anche se si abbassano e assumono una maggiore naturalezza; spesso sono sormontate da ampi cappelli di paglia o feltro, come compaiono in molti ritratti che Thomas Gainsborough realizzò per Georgiana Spencer, duchessa di Devonshire.

Gli ultimi anni del regno di Maria Antonietta furono caratterizzati dall'introduzione da parte della regina di un abito in mussola leggera, tenuto in vita da un alto nastro, detto *robe en chemise* o *chemise à la reine*, che sarà destinato ad influenzare le mode della Rivoluzione e che risente dell'in-

fluenza dei modelli pedagogici diffusi dalla pubblicazione dell'*Émile* di Rousseau.

Il legame tra la moda e la rivoluzione francese è talmente stretto che sarebbe possibile ricostruirne le fasi e gli avvenimenti salienti a partire dalle mode che li hanno caratterizzati. Gli ideali proclamati dalla Rivoluzione dovevano essere resi simbolicamente affinché i cittadini – non più sudditi – percepissero la differenza rispetto al passato. *Si trattò di fatto di uno dei maggiori momenti di rappresentazione simbolica del potere messo in atto al fine di legittimare il nuovo ordine della società.*

La questione dell'abbigliamento è da questo punto di vista tutt'altro che secondaria e gli avvenimenti che seguirono la convocazione degli Stati Generali ne furono la prova. Il cerimoniale prevedeva infatti delle regole molto precise in fatto di abbigliamento, che furono prontamente contestate dai rappresentanti del Terzo Stato. Le differenze nell'abbigliamento rimarcavano l'ordine gerarchico della società e le disuguaglianze sulle quali si basava; al contrario i tre stati dovevano rappresentare l'unità nazionale e erano lì per sancire il passaggio verso un nuovo regime che si fondava sul riconoscimento di un'Assemblea rappresentativa. “Le costume a acquis d'emblée une valeur juridique alors que l'on revendiquait l'égalité politique entre les députés”³. Fu subito chiaro che i principi di libertà e uguaglianza passavano anche per l'abbigliamento, che non poteva rimanere ancorato alle regole della monarchia assoluta. Allo stesso tempo, in nome degli stessi principi non poteva essere limitata la libertà di scelta dei singoli cittadini, attraverso l'imposizione di un abbigliamento uniforme per tutti. In questo clima, il 26 agosto 1789 fu approvata la Dichiarazione dei diritti dell'uomo e del cittadino (26 agosto 1789), promulgata dal sovrano il 5 ottobre dello stesso anno; dopo pochi mesi il decreto del 15 ottobre 1789 sopprimerà tutte le distinzioni dettate dal

³ J. M. Devocelle, “D'un costume politique a une politique du costume” in Musée de la mode et du costume Palais Galliera, *Modes et Révolutions. 1780-1804*, Paris, Editions Paris-Musées, 1989, p. 83.

costume e dal rango sui banchi dell'Assemblea, al fine di stabilire uno spirito di fratellanza tra i rappresentanti⁴. Dall'universalizzazione dei diritti ebbe origine l'universalizzazione della moda, che contiene *in nuce*, il successivo processo di massificazione.

Ha così inizio la fase rivoluzionaria vera e propria che quasi per ironia della sorte, sarà narrata dal primo giornale di moda francese che sotto nomi diversi, fu pubblicato dal 1785 al 1793⁵. Il giornale, pur non annoverando la politica tra i temi trattati, registrò prontamente tutti i cambiamenti della moda e del gusto nei primi anni della Rivoluzione, passando da una accettazione passiva dei cambiamenti introdotti dalla Rivoluzione ad una fase di entusiasmo, fino a un ripiegamento nel passato, davanti alla possibile degenerazione violenta di un movimento politico che aveva destato tanto interesse. La moda registrerà, a volte anticipandole, tutte le variazioni di quegli anni, evidenziando come la grande industria francese del settore – composta da un esercito di modiste, produttori di nastri, calzolai, gioiellieri – nata per servire i consumi di lusso della corte e dell'aristocrazia, si riconvertì alle esigenze della Rivoluzione. Non mancano gli inviti dalle pagine del giornale alla moderazione nello sfarzo dell'abbigliamento, metafora di una moderazione della politica che di lì a poco avrebbe sovvertito l'ordine istituzionale.

Si evidenziano così alcune importanti contraddizioni che legano la moda alla Rivoluzione, anticipando temi che caratterizzeranno il dibattito sulla moda nei secoli successivi. Da una parte infatti, le mode rivoluzionarie si posero in aperta contrapposizione al lusso e allo sfarzo *dell'ancien régime*: in nome dell'egualitarismo e della fratellanza tra i cittadini ogni elemento di distinzione fondato sul rango e sulla posizione

⁴ Ivi, p. 84.

⁵ A. Kleinert, "La mode, miroir de la Révolution française" in Musée de la mode et du costume Palais Galliera, *Modes et Revons. 1780-1804*, cit. La rivista sarà pubblicata con il titolo di *Cabinet des modes* (per il primo anno), *Magasin des modes* (dal secondo al quarto anno) e infine *Journal de la mode et du goût* (negli ultimi tre anni prima della definitiva chiusura), ivi, p. 59.

sociale doveva essere abolito di fatto o per legge. Dall'altra, entravano in contraddizione con l'altro principio rivoluzionario, quello della libertà, che garantiva ad ogni individuo l'autonomia di espressione.

La mode révolutionnaire, l'apparente révolution des apparences est au carrefour de deux mouvements, celui des temps anciens où l'ordre traditionnel vise à souligner les différences et à exclure toute prétentions massives, celui des temps nouveaux où la dynamique économique et sociale tend à effacer les différences, mais postule l'émulation entre les individus et, insidieusement, ne fait que les multiplier.⁶

Si evidenzia così l'antinomia insita nel rapporto tra moda e Rivoluzione, data dal fatto che la moda è per definizione un fenomeno che alimenta il processo di differenziazione sociale a qualsiasi livello: il bisogno di mutamento rispetto all'ordine sociale costituito che alimenta la Rivoluzione si tramuta pertanto in una lotta contro la moda stessa, salvo poi servirsene per ricostruire un sistema di differenze rispetto al passato. Il rapporto tra la moda e la Rivoluzione francese non sfuggì a questa dinamica ambivalente, così come non si sottrarranno ad essa la Rivoluzione russa⁷ e quella cinese.

Sul piano storico, nelle settimane che precedettero la presa della Bastiglia, cominciarono ad emergere alcune tendenze che diverranno una costante delle mode rivoluzionarie, in modo particolare la diffusione di quella che può essere definita la "paletta colori" della Rivoluzione: rosso-bianco-blu. I mesi successivi saranno invece caratterizzati dall'eliminazione di ogni forma di lusso nell'abbigliamento, producendo la progressiva semplificazione della *silhouette* sia maschile che femminile. Si assistette invece alla fioritura di oggetti e accessori, che completavano l'abbigliamento e che avevano un chiaro riferimento politico: ventagli, fibbie

⁶ D. Roche, "Apparences révolutionnaires or révolution des apparences" in Musée de la mode et du costume Palais Galliera, *Modes et Revons. 1780-1804*, cit. p. 106.

⁷ T. Strizhenova, *Moda e rivoluzione*, Milano, Electa, 1979.

delle scarpe, bottoni, piccoli gioielli divennero altrettante superfici sulle quali imprimere i simboli della Rivoluzione o celebrare i suoi momenti salienti. A questi si affiancavano alcuni oggetti simbolici, quali la coccarda tricolore e il berretto rosso (berretto frigio), ai quali saranno dedicate disposizioni legislative che ne definiranno l'uso, specialmente nel successivo periodo del Terrore. La coccarda sarà per eccellenza l'accessorio simbolo della Rivoluzione, fino al punto da diventare obbligatoria: quando il 30 luglio 1789 furono aboliti gli ordini cavallereschi e le relative decorazioni, la coccarda tricolore divenne l'unico simbolo che i cittadini potevano ostentare.

La presa della Bastiglia fu uno degli avvenimenti della Rivoluzione che videro la partecipazione attiva del popolo. I *sans-culottes* introdussero l'abbigliamento tipico da lavoro, i pantaloni lunghi, nei codici vestimentari della Rivoluzione. È interessante notare che, tranne le occasioni in cui è il popolo ad essere protagonista, questa tipologia di abbigliamento, tranne rare eccezioni, non si diffuse tra i capi della rivoluzione che preferirono la più sobria moda all'inglese.

Sul piano degli avvenimenti storici, nel corso dell'Estate del 1789, il Terzo Stato, si autoproclamò Assemblea nazionale prima e in seguito Assemblea costituente, con il compito di redigere la Costituzione; l'Assemblea costituente terminò i suoi lavori il 12 settembre 1791 e il giorno dopo la Costituzione fu ratificata dal re che divenne così Luigi XVI Re dei Francesi. La Costituzione affidava il potere legislativo all'Assemblea legislativa composta da 745 deputati, eletti su base censuaria, che si riunirono per la prima volta il 1 ottobre 1791.

È all'interno dell'Assemblea legislativa che si formarono i primi gruppi politici, inaugurando così la politica moderna caratterizzata dalla comparsa dei partiti politici. Tali contrapposizioni, maggiormente articolate rispetto alla visione centralizzata del potere propria dell'assolutismo, trovarono ben presto nella moda la loro rappresentazione simbolica⁸. La

⁸ Anche in questo caso l'esperienza inglese servì da modello. In questo

stessa diade destra/sinistra che tanto ha influenzato il dibattito politico, nacque con la rivoluzione francese⁹: all'interno dell'Assemblea legislativa e prima ancora degli Stati generali, la destra era rappresentata dal Club dei Foglianti¹⁰, difensori della monarchia; la sinistra, era rappresentata dal Club dei Giacobini¹¹, dei Cordiglieri¹² e dai Girondini¹³. Il centro, detto anche la "Palude", non aveva una marcata caratterizzazione politica, pur rappresentando la maggioranza all'interno dell'Assemblea. In questa prima fase, è ancora forte la presenza dei fautori della monarchia, che auspicavano una soluzione pacifica e l'instaurazione di un regime costituzionale che non mettesse in discussione la presenza del sovrano; questo elemento impedì che manifestazioni estreme prendessero piede anche nel campo della moda.

La fase costituente, che va dal 1789 al 1791, lasciò in eredità un paese cambiato, all'interno del quale le prime grandi riforme erano già state attuate, anche se la Rivoluzione aveva in serbo ancora grandi mutamenti. Il 25 aprile 1792 entrò in funzione la ghigliottina, dando inizio alle esecuzioni di piazza, vere e proprie occasioni di spettacolo alle quali par-

paese infatti era già radicata la contrapposizione tra *Whigs* e *Tories*, i primi sostenitori di una limitazione dei poteri del sovrano in difesa degli interessi di carattere marittimo e commerciale e i secondi paladini del sovrano e difensori della proprietà fondiaria.

⁹ "Come è ben noto, l'uso di queste due parole risale alla Rivoluzione francese, almeno per quel che riguarda la politica interna. Si tratta di una banalissima metafora spaziale, la cui origine è del tutto casuale e la cui funzione è soltanto quella di dare un nome, da due secoli a questa parte, alla persistente, e persistente perché essenziale, composizione dicotomica dell'universo politico". N. Bobbio, *Destra e Sinistra*, Roma, Donzelli, 1994, p. 39.

¹⁰ Annovera tra i suoi esponenti Lafayette, Sieyès e i membri del triumvirato Barnave, de Lameth e Duport. Difendevano la monarchia costituzionale, sancita dalla Costituzione del 1791. La caduta della monarchia nel 1792 ne decretò la fine.

¹¹ Ne fecero parte personalità di spicco della Rivoluzione quali Marat, Danton e Robespierre.

¹² I Cordiglieri costituiscono la fazione dei Giacobini che faceva capo a Danton; furono messi fuori legge dal Comitato di Salute pubblica nel 1795.

¹³ Erano il gruppo di deputati provenienti dal Dipartimento della Gironda

tecipava tutto il popolo di Parigi. Si diffusero alcune mode legate all'uso di questo strumento di morte, quali il nastrino rosso portato al collo dalle donne detto *à la victime*, il cui uso si protrarrà durante il Terrore, ma soprattutto nella reazione Termidoriana, quando veniva ostentato durante i cosiddetti *bals des victimes*¹⁴.

Nell'agosto del 1792, il popolo di Parigi prese d'assalto il Palazzo delle Tuileries e fece prigioniero il re. La Comune insurrezionale obbligò l'Assemblea legislativa a dichiarare decaduta la monarchia e a convocare una nuova Assemblea costituente – la Convenzione nazionale – alla quale fu affidato il compito di redigere una nuova costituzione per la Francia Repubblicana. Il 22 settembre fu proclamata la Repubblica, ponendo definitivamente fine alla prima fase della Rivoluzione¹⁵.

La Convenzione nazionale fu eletta a suffragio universale maschile, dando vita a schieramenti che in parte ricalcavano quelli dell'Assemblea legislativa e in parte ne presentavano di nuovi. L'ala più moderata era rappresentata dai Girondini, mentre tra le file dei Giacobini emersero i Montagnardi (cosiddetti perché occupavano i banchi più alti della Convenzione), che rappresentavano l'ala più radicale della Convenzione, guidata da Robespierre, Danton, Marat, Saint-Just.

La fase Repubblicana apriva la strada ad una nuova ricerca di forme di legittimazione del potere.

Il fallait confirmer cette nouvelle rupture de l'histoire révolutionnaire, et consacrer l'ère républicaine en se fondant sur des valeurs que l'on opposait aux anciennes que l'on supprime-

¹⁴ R. Schechter, "Gothic Thermidor: The Bals des victimes, the Fantastic, and the Production of Historical Knowledge in Post-Terror France" in *Representations*, No. 61, Special Issue: Practices of Enlightenment (Winter, 1998), pp. 78-94.

¹⁵ L'istituzione della Repubblica fu un cambiamento talmente rilevante che fu interpretato come l'avvento di una nuova era. Lo stesso calendario fu rivisto, cominciando a contare gli anni dal 1792, Anno I della Repubblica e i nomi dei mesi furono sostituiti con nomi ispirati alle quattro stagioni.

rait de manière radicale: la simplicité était opposée au faste, la liberté et l'égalité à l'orgueil et aux privilèges.¹⁶

È in questa fase che l'impegno nel cambiamento dei codici vestimentari si fa più marcato e si moltiplicano le proposte di definizione di un costume "unico" nazionale all'interno dei progetti costituzionali. Si trattava di un progetto politico ben preciso: l'uomo nuovo scaturito dalla rivoluzione, il cittadino della moderna democrazia, nasceva in opposizione ad un precedente ordine gerarchico della società, che faceva della differenza di status e della rivalità fondata sul prestigio il suo elemento fondante. In questo contesto, la moda con le sue frivolezze e la sua incessante mutevolezza, si identificava con *l'ancien régime* e con una concezione del potere legata al capriccio personale del sovrano. Al contrario, la rivoluzione doveva prendere le distanze da essa e valorizzare aspetti quali le virtù civiche, lo spirito repubblicano, l'uguaglianza¹⁷.

In realtà, i tanti progetti di creazione di un costume rivoluzionario, che rappresentasse lo spirito nazionale, naufragarono rapidamente, fino ad arrivare alla dichiarazione della Convenzione (8 brumaio, anno II – 29 ottobre 1793) sulla libertà totale del costume¹⁸. Le iniziative saranno riprese in seguito (1794), quando il Comitato di salute pubblica, affidò al pittore David il compito di elaborare un progetto unitario, il cui risultato consistette in una serie di otto tavole che rappresentavano le principali cariche della Repubblica¹⁹.

Sul piano prettamente politico, si pose per la prima volta in maniera netta la questione di come dare una rappresenta-

¹⁶ J. M. Devocelle, "D'un costume politique a une politique du costume", cit., p. 86.

¹⁷ Ivi, p. 89.

¹⁸ Il decreto fu emanato a seguito di un episodio accaduto al mercato de *Les Halles* di Parigi, quando un gruppo di "cittadine" appartenenti alla *Società delle donne rivoluzionarie*, cercò di imporre alle donne presenti di indossare alcuni capi di abbigliamento della rivoluzione, quali il berretto rosso e i pantaloni.

¹⁹ Le figure principali erano: il legislatore, il militare, il rappresentante del popolo, il giudice, l'ufficiale municipale con la sciarpa.

zione simbolica alla democrazia e alle sue istituzioni, prime fra tutte le assemblee legislative e i partiti politici. È questo un aspetto tutt'altro che secondario, perché la democrazia, al contrario dei regimi assoluti, si basa su istituzioni collegiali e su attori politici collettivi. I simboli del potere democratico dovevano prendere le distanze da ogni forma di arbitrio e capriccio che, al contrario era connaturato al potere assoluto e ne costituiva per certi versi l'essenza. La difficoltà risiedeva quindi nel rappresentare il pluralismo che contraddistingue la democrazia e la lotta per il potere che ne costituisce l'essenza²⁰, pur mantenendo fede al principio egualitario.

La moda pertanto, osteggiata in quanto espressione di un sistema di differenze fondate sullo status, venne recuperata per mettere in scena la rappresentazione simbolica di una concezione moderna del potere, fondata sulla lotta politica tra le parti contrapposte, la cui differenza ideologica doveva essere visibile nelle forme esteriori, quanto nelle idee.

È quanto accadde all'interno della Convenzione nazionale, dove andò in scena lo scontro tra le diverse fazioni politiche e dove emersero le prime figure di *leader* politici. Lo scontro tra Robespierre, Marat e Danton è uno scontro tra stili politici, linguaggi non verbali, prima ancora che tra idee. I capi della rivoluzione compresero per primi la tendenza alla "personalizzazione" e alla "spettacolarizzazione" della politica moderna, con le sue retoriche ideologiche e la sua spasmodica ricerca del consenso, che sul piano teorico condurrà, un secolo dopo, alla nozione weberiana del capo carismatico.

Robespierre, sulla cui personalità molto è stato scritto, indossò sempre un abbigliamento rigoroso e ispirato alle mode anglosassoni, non immune da riferimenti stilistici aristocratici, retaggio dell'*ancien régime*, quali la parrucca e le *culottes*, che ne fanno un campione di eleganza e raffinatezza. Quale

²⁰ Weber M., *Wissenschaft als Beruf, Politik als Beruf*, Stuttgart, Ernst Schulbuchverlag GmbH, 1995; trad. it. *La politica come professione*, Roma, Armando, 1997.

esponente dell'ala intransigente della rivoluzione, incarnò il razionalismo astratto dei principi dell'Illuminismo e, per usare con una categoria weberiana, fu espressione dell'"etica della convinzione", che lo portava a ritenere i principi della rivoluzione non negoziabili²¹.

Al contrario Marat, è l'esempio del capo popolo, volutamente trasandato e guascone: è spesso ritratto con una giubba scura con i revers di pelliccia di leopardo, i capelli unti e senza parrucca sui quali indossava il berretto frigio della rivoluzione o più spesso una fascia messa a mo' di turbante, come quella con cui è raffigurato ormai morto, nel celebre ritratto di David. L'appellativo di "ami du peuple" ne farebbe un moderno leader populista, che rincorre la moda per assecondare il gusto popolare: non indossava la cravatta dell'epoca, ma spesso portava la camicia slacciata, con la fascia come fosse una sciarpa attorno al collo; portava gli stivali e i pantaloni dei sanculotti. Come soprabito indossava un tabarro foderato di pelliccia, come è visibile nel ritratto di Alfred Loudet, che lo vede impegnato in un'accesa discussione con Robespierre e Danton. Come afferma Roche,

Marat a inventé un art vestimentaire de la provocation politique qui a contribué à fixer son image et à développer sa popularité dans les sections parisiennes [...] Il recherche l'élégance, épris de beaux vêtements comme de bonne chère et de jolies femmes; il a des airs nouveaux riche, avec ses habits colorés, ses tissus précieux et ses dentelles, ses effets de manchette conciliés avec des négligence plébéiennes il construit sa figure de tribune.²²

A gennaio del 1793 il re Luigi XVI fu condannato a morte e il 21 gennaio fu ghigliottinato. Il 10 marzo dello stesso anno fu istituito il Tribunale rivoluzionario e ad aprile il Comitato di salute pubblica. Fu in questo clima politico che si consu-

²¹ *Ibidem.*

²² D. Roche, "Apparences révolutionnaires or révolution des apparences", cit., p. 122.

mò la disfatta definitiva della Gironda (2 giugno 1793), che inaugurò la “fase montagnarda” della rivoluzione, contrassegnata dall’avvento di Robespierre e dall’inaugurazione del Terrore.

In una prima fase Danton fu messo a capo del Comitato di salute pubblica, ma il 10 luglio 1793, ne fu rimosso per lasciare il posto all’ala più intransigente dei montagnardi, guidata da Saint Just, Couthon e dallo stesso Robespierre. A seguito dell’inasprimento del confronto politico e degli avvenimenti dell’estate del 1793, la Convenzione approvò la “legge dei sospetti” e ad ottobre iniziarono i processi contro gli avversari politici e gli esponenti dell’aristocrazia²³.

Il Terrore instaura la fase della dittatura giacobina, volta alla salvaguardia degli ideali della rivoluzione, in nome delle virtù repubblicane. Il credo illuminista nella ragione e nella virtù, unici elementi che avrebbero dovuto guidare l’azione politica, si tramutò in una vera e propria religione laica, volta al culto dell’ “Essere supremo”. Espressione per eccellenza di un sincretismo religioso nel quale confluivano aspetti del pensiero illuminista (deismo), elementi massonici e antichi culti esoterici, questa nuova religione laica si manifestava in grandi Feste popolari, la più nota delle quali fu la festa dell’Essere supremo, celebrata a Parigi l’8 giugno 1794 e da lì diffusasi nel resto del paese.

Il pittore Jacques Louis David fu l’ideatore della cerimonia, così come fu la mente artistica che guidò la Rivoluzione e contribuì a dare forma estetica ai suoi ideali. Con la sua arte ha attraversato diverse epoche storiche – dall’*ancien régime* alla Rivoluzione, all’Impero – contribuendo a lanciare diverse mode che trovavano nel richiamo neoclassico all’antichità il loro motivo ispiratore. Molte delle fogge in fatto di abbigliamento, calzature, acconciature gioielli, risentirono della sua influenza: l’acconciatura sia maschile che femminile “alla Bruto”, fatta di ciocche di capelli che incorniciano il volto, eliminando la parrucca, è legata alla realizzazione del dipinto

²³ Il 16 luglio 1793 fu ghigliottinata Maria Antonietta.

“I littori riportano a Bruto i corpi dei suoi figli” (1789), che destò non poco scalpore. Fu egli stesso eletto alla Convenzione nazionale e fu il grande regista delle feste della Francia rivoluzionaria, così come celebrò l’ascesa al potere di Napoleone e i fasti dell’Impero.

Il periodo del Terrore inaugurò la fase più cupa della rivoluzione che culminò con la “Reazione Termidoriana” e con l’esecuzione dello stesso Robespierre, il 28 luglio 1794. Nel frattempo, il 17 agosto 1795 fu votata la nuova Costituzione (dell’anno III) e si aprì la fase del Direttorio, contrassegnata da un ulteriore radicale cambiamento della moda. È questa la fase delle *Merveilleuses* e degli *Incroyables*, giovani uomini e donne provenienti dalla borghesia (la *jeunesse dorée*) che popolarono i salotti parigini, nei quali fa la sua comparsa per la prima volta il generale Napoleone Bonaparte²⁴. *Merveilleuses* e *Incroyables* sono figure che, come reazione al periodo del Terrore, rivoluzionarono la moda, inaugurando una stagione particolarmente ricca di novità. Le donne erano solite vestirsi con abiti leggeri di mussola trasparente a vita alta, secondo la moda dell’antichità classica che si andava diffondendo. Le acconciature erano molto contenute e i capelli erano tenuti da nastri o sovrastati da cappelli con una lunga falda, volutamente eccessiva nelle dimensioni. Calzavano coturni tenuti da lacci che arrivano fino sulle gambe; sulle spalle, indossavano lunghe stole, che spesso lasciavano strisciare per terra.

Gli uomini ostentavano uno stile caratterizzato da un’estrema ricercatezza nelle forme e nei tessuti. Indossavano una redingote ampia e lunga fino al ginocchio con il bavero e i revers di dimensioni esagerate; la cravatta era annodata intorno al collo fino a coprire il mento. Portavano i capelli lunghi, con ciocche attorno al viso e in alcuni casi trecce che ricadevano sulle spalle; come cappello indossavano un alto cilindro, a cui si accompagnava come accessorio un lungo bastone nodoso.

²⁴ A. Forray-Carlier, J. M. Bruson, *Au temps des Merveilleuses: la société Parisienne sous le Directoire et le Consulat*, Paris, Paris-Musées, 2005.

L'affermazione definitiva dello stile neoclassico fa da sfondo alla fase conclusiva della rivoluzione, favorendo la diffusione delle mode che si ispiravano all'antichità, il cui patrimonio simbolico era già stato ampiamente saccheggiato nei primi anni della Repubblica. La moda, l'arte, l'architettura risentirono dello spirito neoclassico, funzionale all'espressione di una società nuova, giovane, desiderosa di prendere le distanze dal clima del Terrore. Il neoclassicismo aveva il pregio di adattarsi alle esigenze sia del pensiero illuminista, del quale esprimeva il rigore razionalista, sia alla pretesa di legittimità di una nuova classe politica che non poteva attingere al patrimonio simbolico dell'*ancien régime* e che perciò fece ricorso all'antichità classica²⁵.

È in questa fase che si affermarono una serie di figure femminili che segnarono la storia del costume e della moda negli anni a venire: Madame Tallien, Madame Récamier, Madame de Staël (figlia di Necker, il Ministro delle Finanze di Luigi XVI), Josephine Beauharnais furono le grandi animatrici dei salotti alla moda, le modelle di dipinti famosi – fra tutti, il celebre ritratto di Madame Récamier realizzato da David – mogli e amanti di personaggi illustri della scena politica dell'epoca. A partire dall'opera pionieristica di Jules Michelet²⁶, non molto è stato scritto sul ruolo delle donne nella rivoluzione francese²⁷. Malgrado la loro presenza nelle piazze sia testimoniata da più parti, ad essa non corrispose un'eguale partecipazione alle Assemblee elettive, né i padri della rivoluzione si posero più di tanto il problema dei diritti delle donne²⁸.

²⁵ Le rovine di Ercolano e Pompei furono riportate alla luce a partire dalla metà del XVIII secolo. Nel 1763 Winckelmann pubblicò *La Storia dell'arte nell'antichità* e nel 1767 due volumi sui *Monumenti antichi inediti*, dedicato alle antichità di Roma.

²⁶ J. Michelet, *Le femmes de la révolution*, Paris, Calman Lèvy, 1898; trad. it. *Le donne della rivoluzione*, Milano, Bompiani, 1976.

²⁷ Cfr. E. Viennot, *Et la modernité fut Masculin. La France, les femmes et pouvoir (1789-1804)*, Paris, Perrin, 2016.

²⁸ Le questioni principali erano legate ai diritti di proprietà e di eredità, al diritto di voto nelle assemblee elettive, alla libertà di esercitare una

Un'eccezione è rappresentata dalla proposta avanzata dalla scrittrice Olympe de Gouges che nel 1791 pubblicò un testo a favore di una "Dichiarazione dei diritti della donna e della cittadina". Il testo avrebbe dovuto integrare la Dichiarazione dei diritti dell'uomo e del cittadino e all'articolo 1 recitava, non senza tono polemico: "La donna nasce libera e ha gli stessi diritti dell'uomo", principio a partire dal quale rivendicare l'equiparazione legale, politica e sociale delle donne.

Il colpo di Stato del 18 Brumaio (9 novembre 1799) rovesciò il Direttorio e instaurò un triumvirato con a capo Bonaparte, Sieyès e Ducos. Una volta conquistato il potere, Bonaparte e Sieyès si accinsero a una revisione della Costituzione che di fatto sancì il potere personale del Primo Console. Il 2 agosto 1802 Napoleone fu proclamato "console a vita" ed elaborò un ulteriore testo costituzionale che gli riconosceva il potere di designare i suoi successori. I successi riportati in guerra, favorirono l'ascesa ulteriore di Napoleone che ne approfittò per farsi incoronare imperatore dei francesi nel 1804, segnando così la fine della fase rivoluzionaria.

Le mode dell'Impero furono un'evoluzione di quelle emerse durante il Direttorio; ciò che emerge con maggiore evidenza è il loro rapporto con il processo di legittimazione del potere imperiale da parte di Napoleone. Egli si presentava come il capo carismatico che riporta l'ordine e la pace dopo un decennio di guerra, l'uomo nuovo, diviso tra due mondi – rivoluzionario e contro-rivoluzionario – a nessuno dei quali appartiene pienamente.

Anche in questo caso, la regia di questa rappresentazione del potere è affidata al pittore David che la immortalò nel celebre dipinto dell'incoronazione realizzato tra il 1805 e il 1807. Il recupero degli attributi della regalità – la corona, lo scettro, il mantello – filtrati attraverso i riferimenti neoclassici all'Impero romano (Napoleone stesso indossa una corona d'alloro), attribuiscono alla scena un'aura di sacralità, sot-

professione, tutti diritti che non vennero riconosciuti alle donne nelle carte costituzionali.

tolineata dal gesto dell'imperatore che depone egli stesso la corona sulla testa di Giuseppina Beauharnais. I tessuti degli abiti sono meno leggeri e attribuiscono compostezza alla figura femminile, la cui *silhouette* ricorda quella delle colonne antiche, con il punto vita decisamente spostato verso l'alto. Napoleone, oltre ai richiami ai fasti dell'Impero romano, introdurrà l'uso di elementi militari nell'abbigliamento maschile; d'altro canto le vittorie riportate nel corso delle campagne militari furono il principale strumento di legittimazione del suo potere personale.

Non è possibile in questa sede accennare anche solo brevemente alla vastità della letteratura che è stata prodotta sulla Rivoluzione francese a partire dai decenni immediatamente successivi²⁹. Sul piano della moda, la rivoluzione, malgrado la frequenza dei cambiamenti delle fogge vestimentarie, si limitò a sancire il trionfo della moda all'inglese nel panorama internazionale, sottolineando lo spostamento dell'asse politico verso il mondo anglosassone. L'Inghilterra alla metà del XVIII secolo è prima di tutto la patria del liberalismo: nel 1690 Locke aveva pubblicato i *Due Trattati sul governo*; nel 1776 le colonie americane dichiararono l'indipendenza dalla madrepatria, influenzando la storia delle idee nel vecchio continente.

Ciò che invece costituisce la novità rilevante introdotta dalla rivoluzione è l'uso spregiudicato e moderno degli strumenti volti alla rappresentazione simbolica del potere. La rivoluzione inaugura una concezione nuova della politica, fondata sulla lotta per il potere tra fazioni contrapposte, portatrici di una visione ideologica della società. Nel corso del XIX secolo questa tendenza si andrà consolidando con l'ascesa di una nuova classe sociale, il proletariato urbano, che di lì a poco rivendicherà, così come era accaduto con la borghesia, il suo ruolo nella società. Da questo punto di vista, molto è stato scritto sul contributo dato dai sanculotti alla rivoluzione e su una possibile interpretazione del loro ruolo

²⁹ A. De Francesco, *Tutti i volti di Marianna. Una storia delle storie della Rivoluzione francese*, Roma, Donzelli, 2019.

in chiave anticipatrice rispetto alle successive rivendicazioni della classe operaia³⁰, anche se è difficile immaginare che le masse scomposte e disorganizzate della Rivoluzione avessero elementi in comune con il proletariato delle grandi città dell'Inghilterra, sorte a seguito della Rivoluzione industriale.

Con la Rivoluzione francese va in scena per la prima volta la rappresentazione simbolica della democrazia, con i suoi rituali e le sue contraddizioni. Il pluralismo delle idee che la contraddistingue, unito all'individualismo di fondo che fa di ogni cittadino il detentore della sovranità popolare, esercitata attraverso libere elezioni, trova nella moda un canale privilegiato di espressione, capace di conciliare il particolare con l'universale, l'integrazione con la differenziazione.

In un saggio pubblicato per la prima volta nell'aprile del 1854 su *The Westminster Review*³¹, Herbert Spencer scriverà: "Chiunque abbia studiato la fisionomia dei raduni politici non può non aver notato la connessione tra le idee democratiche e le peculiarità dell'abbigliamento"³²,

³⁰ G. Lefebvre, A. Soboul, R.C. Cobb, *Sanculotti e contadini nella Rivoluzione francese*, Bari, Laterza, 1958; G. Rudé, *The Crowd in the French Revolution*, Oxford, Clarendon Press, 1959; trad. it. *Dalla Bastiglia a Termidoro. Le masse nella rivoluzione francese*, Roma, Editori Riuniti, 1966.

³¹ H. Spencer, "Manners and Fashion", *The Westminster Review*, April 1854; in seguito ripubblicato in *Essays: Scientific, Political & Speculative*, London, Williams and Nordgate, Vol. III, 1891, pp. 1-51; trad. it. *Costumi e mode* (cura e traduzione di M.C. Marchetti), Milano-Udine, Mimesis, 2015.

³² Ivi, p. 23. "A una dimostrazione dei Cartisti, o a un seminario sul Socialismo, o a una *soirée* degli Amici dell'Italia, si vedranno molti tra il pubblico, e una proporzione maggiore tra gli oratori, vestiti in uno stile più o meno insolito. Un signore sul palco porta i capelli con la riga al centro invece che di lato; un altro li spazzola all'indietro per lasciare libera la fronte secondo la moda nota come 'far uscire l'intelletto'; un terzo ha rinunciato alle forcici per così tanto tempo che le ciocche dei suoi capelli sfiorano le spalle. Si può osservare un accenno di baffi; qui e là un baffo imperiale e occasionalmente un coraggioso anticonformista esibisce un barba folta. Tale anticonformismo nei capelli è consentito da vari anticonformismi nell'abbigliamento, dimostrato da altri partecipanti al raduno. Colli nudi, colletti alla Byron, *gilets* tagliati secondo la moda quacchera, grandi cappotti meravigliosamente disordinati e numerose stranezze nella forma e nel colore distruggono la monotonia così comune nelle folle. Perfino coloro che non esibiscono manifeste stranezze, spesso suggeriscono attraverso qualcosa nel

consistente in una certa tendenza all'anticonformismo e al disprezzo per le regole dettate dal gusto dominante. "Così la democrazia, all'estero come in patria, tende ad una originalità individuale"³³ che induce i suoi seguaci a tenere in poco conto il gusto dominante. Tale connessione evidenzia da una parte come l'anticonformismo nelle forme esteriori serva a connotare l'adesione ai principi democratici e dall'altra come il cambiamento delle idee, delle forme di governo, delle norme sociali trovi una perfetta corrispondenza nelle forme esteriori del vestire. "L'originalità della propria natura deve essere mostrata in più di un modo [...] gli uomini che si sono allontanati nelle grandi cose dalla strada tracciata, allo stesso modo lo hanno fatto nelle piccole cose"³⁴.

Ed è a questo proposito che Spencer introduce un parallelismo tra la moda e il governo costituzionale come forma di regime politico. Entrambi infatti,

consistono in un compromesso tra la coazione governativa e la libertà individuale. Proprio come, insieme alla transizione dalla cooperazione coatta alla volontaria nelle azioni pubbliche, ha avuto luogo un incremento dell'ufficio rappresentativo, che serve ad esprimere la volontà media; così si è verificato un incremento dell'aggregato indefinito delle persone agiate e colte, che col consenso delle abitudini regolano la vita privata della società in generale. E tanto nell'un caso quanto nell'altro si deve osservare, che questo compromesso sempre mutevole tra la restrizione e la libertà tende verso l'incremento della libertà. Infatti mentre, in media, diminuisce il controllo governativo alle azioni individuali, diminuisce pure la rigidità della moda; come si rileva dalla maggiore larghezza lasciata al giudizio di ciascuno in certi limiti vagamente segnati.³⁵

motivo dei loro abiti, che attribuiscono poca attenzione a ciò che i sarti dicono loro a proposito del gusto dominante", *ibidem*.

³³ Ivi, p. 24.

³⁴ Ivi, p. 24.

³⁵ H. Spencer, *The principles of sociology*, New York, Appleton, 1898; trad. it. *Principi di sociologia*, Torino, Utet, 1988, p. 1060.

Al pari delle moderne democrazie rappresentative, la moda è alla ricerca di un difficile compromesso tra il rispetto delle regole e l'emancipazione da esse; non accetta barriere di classe, che non possano essere superate, non riconosce modello che non possa essere rinegoziato; al tempo stesso costituisce una forma di trasgressione consentita, che non è percepita come lesiva della tenuta del legame sociale. Da questo punto di vista, la Rivoluzione francese ha interpretato al meglio l'ambivalenza insita in ogni fenomeno di moda, la capacità di anticipare i cambiamenti anche quando appartengono solo a una cerchia ristretta o al contrario, registrarli prontamente quando divengono fenomeno di massa.



Capitolo quarto

White collars vs. tute blu: è di moda la lotta di classe

Il 10 novembre 2006 l'Amministratore delegato della Fiat Sergio Marchionne si presentò all'Assemblea dei soci indossando un paio di pantaloni, una camicia senza cravatta e un *pullover* scuro. Davanti a quella che sarebbe diventata la sua divisa, il mondo economico registrò tra il compiaciuto e lo scandalizzato, un cambiamento culturale che metteva in discussione almeno due secoli di storia del potere economico: il completo grigio. Nello stesso anno il segretario del partito di Rifondazione comunista, Fausto Bertinotti, fu eletto Presidente della Camera dei Deputati (resterà in carica fino al 2008). In occasione del suo mandato sarà spesso immortalato in occasioni ufficiali con un completo gessato, adottando il *dressing code* appannaggio del mondo imprenditoriale. Due mondi che fino a pochi anni prima erano stati contrapposti, si vedono rovesciati nei loro valori e nelle loro aspirazioni, segnalando anche attraverso i codici vestimentari il mutamento intervenuto nella struttura di classe della società.

Alla capacità che la moda ha di innescare processi di identificazione/differenziazione e di inserirsi nei processi di stratificazione sociale non poteva rimanere estranea la differenziazione in classi sociali, così come scaturita da quel cambiamento epocale che ha caratterizzato le società occidentali tra la fine del XVIII secolo e l'inizio del XIX, noto come Rivoluzione industriale.

Da tale processo hanno avuto origine due classi sociali – la borghesia capitalistica e il proletariato – che secondo l’analisi di Marx, risultano dialetticamente contrapposte in uno scontro che assume la radicalità della lotta di classe. L’articolazione in classi della società è determinata, secondo Marx, dal diverso ruolo che i soggetti ricoprono all’interno del processo produttivo, secondo una dicotomia che vede tra loro contrapposte la classe operaia, detentrica della forza lavoro, e la borghesia capitalistica che ha il possesso dei mezzi di produzione. Quest’ultimo, garantisce alla borghesia capitalistica l’esercizio del potere sul resto della società, nonché il controllo delle idee, secondo il principio per il quale “le idee dominanti sono le idee della classe dominante”. La lotta di classe diviene, nella proposta politica di Marx, l’unico strumento in mano alla classe operaia per sovvertire l’ordine sociale consolidato e condurre all’affermazione di una società senza classi.

A partire dall’analisi di Marx e Engels, la classe sociale ha rappresentato una delle forme di identità collettiva più radicate, in virtù del forte senso di appartenenza che la classe è in grado di generare. A questo proposito Giddens ha operato una distinzione tra “coscienza” e “consapevolezza” di classe: la prima indica la cognizione della propria e dell’altrui organizzazione di classe, mentre la seconda rimanda ad una sensazione immediata e avalutativa, la percezione di un legame e di una comunanza non cosciente, nello spazio sociale, indipendentemente dall’esistenza di altre classi¹. La divisione, particolarmente marcata nel contesto anglosassone, tra *working class*, *middle class* e *upper class*, individua fino agli anni ’70 dei comportamenti in fatto di scelte politiche, consumi, mode, impiego del tempo libero, perfettamente coerenti con l’appartenenza di classe.

Rispetto alla società aristocratica che l’ha preceduta, la società capitalistico-borghese e le classi sociali che la compon-

¹ A. Giddens, *The Class Structure of Advanced Societies*, New York, Harper and Row, 1975; trad. it. *La struttura di classe nelle società avanzate*, Bologna, Il Mulino, 1975.

gono, sono orientate a valori nuovi. La borghesia capitalistica, al contrario dell'aristocrazia di corte, fonda il suo ruolo all'interno della società su un *ethos economico*, che impone ai suoi esponenti di commisurare le spese alle entrate, in modo tale da non consumare più di quanto le proprie possibilità permettano. Si diffonde così una razionalità nuova, di origine economica, posta da Weber a fondamento dello *spirito del capitalismo* e che trova, secondo l'autore, la sua massima espressione nell'etica protestante². Allo stesso tempo però, la centralità dell'economia nella vita individuale e collettiva della borghesia capitalistica, mette in moto, seppur lentamente, una mobilità sociale che condurrà alla progressiva eliminazione dell'emulazione fondata sullo *status*.

La borghesia capitalistica infatti, fonda il suo potere all'interno della società sul denaro, su un bene che, al di là delle apparenze, è estremamente "democratico" e capace di innescare processi di mobilità sociale che avvicinano una classe all'altra³. Il denaro infatti, paragonato ai canoni distintivi della società di corte, non è un elemento altamente differenziante sia sul piano individuale che sociale, perché da solo non è sufficiente a costituire una barriera.

L'acquisizione di ricchezze alcune volte è più facile dell'acquisizione di potere, di rango o posizione sociale (poiché dipende più dall'abilità individuale e meno dalle tradizioni e dal consenso sociali), e le differenze tra i vari gradi della ricchezza sono molto meno rigide ed arbitrarie delle distinzioni fra rango e rango.⁴

Un ulteriore elemento di differenziazione rispetto alla società aristocratica, si produce al livello delle modalità di acquisizione del denaro. La ricchezza nelle società capitalistico-

² M. Weber, "Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus", in *Archiv für Sozialwissenschaften und Sozialpolitik*, 1904-1905; trad. it. *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo*, Firenze, Sansoni, 1988.

³ G. Simmel, *Philosophie des Geldes*, Leipzig, Duncker & Humblot, 1900; trad. it. *Filosofia del denaro*, Torino, Utet, 1984.

⁴ J. C. Flügel, *The Psychology of Clothes*, London, Hogart Press, 1930; trad. it. *Psicologia dell'abbigliamento*, Milano, FrancoAngeli, 2003, p. 45.

borghesi si fonda sul lavoro e sullo svolgimento di un'attività professionale: le cosiddette professioni liberali sostituiscono la condizione di *rentier* dell'aristocrazia cortigiana, estranea per definizione allo svolgimento di ogni attività economica. Tale aspetto ha comportato un cambiamento valoriale, che ha segnato il trionfo del principio del "tutto-economico", quale elemento guida dell'agire individuale e collettivo.

Tali caratteristiche evidenziano un'interessante contraddizione, data dal fatto che, malgrado il denaro garantisca una maggiore mobilità sociale, il passaggio da uno strato all'altro o da una classe all'altra è sostanzialmente impedito dall'esistenza di una serie di barriere d'ingresso erette dalle classi superiori a difesa dei propri privilegi e della struttura di potere della società, trovando nella moda una potente alleata.

La moda infatti, con il rapido mutare delle forme esteriori, diviene funzionale al mantenimento di una serie di differenze sociali che, al contrario, sono messe in discussione proprio dagli stessi principi sui quali la borghesia capitalista fonda il suo potere di classe. Essa offre la possibilità di ricreare artificialmente delle distanze sociali che in un processo di lungo periodo saranno sempre meno evidenti.

Si può osservare che quanto più prossimi sono i ceti sociali tanto più frenetica è la caccia all'imitazione nelle classi inferiori e la fuga verso il nuovo delle classi superiori; l'affermarsi dell'economia monetaria deve accelerare in modo rilevante questo processo e renderlo visibile, perché gli oggetti della moda, che sono le esteriorità della vita, sono particolarmente accessibili al puro possesso del denaro.⁵

Si evidenzia pertanto nella società la presenza di due forze opposte, entrambe originate dalle dinamiche proprie della borghesia capitalista. Da una parte infatti, i presupposti su cui essa fonda la sua supremazia favoriscono una certa mo-

⁵ G. Simmel, *Die Mode*, Berlin, Pan, 1905; trad. it. *La Moda*, Milano-Udine, Mimesis, 2015, p. 25.

bilità sociale; dall'altra, la borghesia stessa si oppone a tale mobilità, in difesa dei propri privilegi di classe.

Nel rapporto tra la moda e la società capitalistico-borghese si produce un altro fenomeno i cui effetti arrivano fino ai nostri giorni: il ritiro dell'uomo dalla scena della moda.

Gli uomini rinunciarono al loro diritto alle forme di decorazione più brillanti, sfarzose, eccentriche ed elaborate, cedendolo completamente alle donne, e facendo perciò dell'abbigliamento maschile un'arte tra le più sobrie ed austere. Dal punto di vista sartoriale, questo avvenimento dovrà essere considerato come la 'Grande rinuncia' del sesso maschile.⁶

Con la rivoluzione industriale, l'uomo occidentale assume una sorta di divisa che a partire dal colore, dai tessuti e dagli accessori, segnala l'acquisizione di un diverso *status* sociale, che rimanda al ruolo che egli ricopre nell'ambito del processo produttivo. Da questo momento in poi, non è raro trovare espressioni di uso comune che, nel descrivere una tipologia di abbigliamento propria di una determinata classe sociale, rimandano al ruolo che essa ricopre nel processo produttivo (*white collars, tute blu*) e che rimarranno sostanzialmente immutate fino ai nostri giorni.

È interessante notare come questo passaggio sia andato di pari passo con l'estensione dell'influenza della moda anglosassone sulla moda maschile, che da questo momento in poi resterà una costante dei codici vestimentari maschili. Diversi sono i fattori che hanno determinato questo spostamento delle aree di influenza della moda.

Prima di tutto va annoverata l'estraneità dell'aristocrazia inglese alle frivolezze della nobiltà di corte proprie dell'aristocrazia continentale, garantita dal mantenimento di uno stretto legame con i possedimenti terrieri. La presenza di una piccola nobiltà di campagna (*gentry*) ha inoltre contribuito a mitigare le possibili estremizzazioni dell'aristocrazia a vantaggio di uno stile tendenzialmente più sobrio. Il modello

⁶ J. C. Flügel, *Psicologia dell'abbigliamento* cit., p. 123.

del gentiluomo inglese che abbiamo imparato a conoscere nei tanti ritratti di Thomas Gainsborough (1727-1788), Joshua Reynolds (1723-1792), Thomas Lawrence (1769-1830) è già definito alla fine del XVIII secolo e costituirà il modello per il borghese capitalista della fase successiva. Infatti, alla metà del Seicento in Inghilterra era emerso un nuovo abito maschile composto da tre pezzi – pantaloni al ginocchio (culotte), *riding coat*⁷, e gilet – che ben presto si diffonderà anche nel resto d'Europa. Verso il 1690, l'abito maschile è ormai delineato nella sua composizione e nella seconda metà del XVIII secolo il gilet inizia ad accorciarsi fino a toccare il punto vita, e la *riding coat* si restringe lasciando che le code vadano all'indietro o lungo i fianchi, assumendo una forma più stilizzata e affusolata.

In secondo luogo, è importante sottolineare che la rivoluzione industriale è nata in quella fascia dell'Inghilterra centrale delimitata dal triangolo Liverpool, Manchester, Sheffield per poi estendersi al resto del paese, nelle città di Glasgow e Birmingham in particolare, e del continente europeo. È qui che Marx, osservando le condizioni della classe operaia inglese ha elaborato con l'amico Engels le riflessioni che sono alla base della sua opera. Fu durante il soggiorno a Manchester che Engels scrisse *La situazione della classe operaia in Inghilterra*, denunciando il peggioramento delle condizioni di vita degli operai degli agglomerati urbani industriali; è in questi ambienti che si assistette alla nascita delle *Trade Unions* e maturarono le prime lotte sindacali.

L'abbigliamento della classe operaia è marginalmente toccato dalla moda: la miseria in cui versa non le consente altro che un solo abito, spesso lo stesso con cui dormono. Iniziano però a delinearsi gli elementi stilistici che la renderanno riconoscibile e che contribuiranno alla costruzione della consapevolezza di sé come classe sociale autonoma e contrapposta alla borghesia capitalistica. Come scrive Engels:

⁷ Si tratta di un soprabito pensato per andare a cavallo e proteggere l'abbigliamento sottostante.

Il vestiario della stragrande maggioranza degli operai è in condizioni pessime. Già le stoffe che vengono adoperate non sono le più indicate; il lino e la lana sono quasi banditi dal guardaroba di ambo i sessi, e al loro posto è subentrato il cotone. Le camicie sono di cotonina bianca o colorata, anche gli abiti delle donne sono di cotonina per lo più stampata, e assai di rado è dato vedere tra la biancheria stesa una sottoveste di lana. Gli uomini in generale hanno calzoni di fustagno o di altre pesanti stoffe di cotone, e le giacche o giubbe sono per lo più della stessa materia. L'abito di fustagno (*fustian*) è divenuto il costume proverbiale degli operai, che vengono chiamati *fustian jackets*, e così si chiamano essi stessi in contrapposto ai signori, che vestono panni di lana (*broad cloth*), termine che infatti viene usato a sua volta per indicare la classe media. Quando Feargus O'Connol, capo dei cartisti, venne a Manchester durante l'insurrezione del 1842, comparve in un abito di fustagno, tra i più deliranti applausi degli operai. I cappelli sono in Inghilterra di uso generale anche tra gli operai, cappelli delle più diverse fogge, rotondi, a cono o a cilindro, a larghe tese, con la tesa stretta o senza tesa; soltanto i più giovani nelle città industriali portano berretti. Chi non ha cappello si fabbrica un berretto di carta basso, quadrangolare. Tutto il vestiario degli operai – anche supponendo che sia in buone condizioni – è assai poco in armonia con il clima. L'umida aria inglese che non i suoi bruschi cambiamenti di tempo più di ogni altra provoca infreddature, costringe quasi tutta la classe media a indossare indumenti di flanella sulla nuda pelle del torace; sciarpe, giacche e pancere di flanella sono di uso quasi generale. La classe operaia non solo deve fare a meno di queste precauzioni, ma non è quasi mai in grado di impiegare per l'abbigliamento un solo filo di lana. I pesanti indumenti di cotone, sebbene più spessi, rigidi e pesanti del panno di lana, tuttavia preservano assai meno di questo dal freddo e dall'umidità; per il loro spessore e per la qualità del materiale conservano più a lungo l'umidità e in generale sono più permeabili del panno calandrato di lana. E se l'operaio può comprarsi eccezionalmente una giacca di lana per la domenica, deve andare in una delle 'botteghe a buon mercato', dove gli danno della stoffa cattiva chiamata *devil's dust*, che è fatta 'solo per essere venduta, non per essere indossata', e che dopo un paio di settimane si lacera o diviene trasparente, o deve comprare da un rigattiere una vecchia giacca mezzo consunta, che ha già visto passare i suoi giorni migliori, e che gli può essere

utile solo per poche settimane. A ciò si aggiunga per la maggior parte di essi, il pessimo stato del guardaroba e, di tempo in tempo, la necessità di portare i pezzi migliori del vestiario al monte dei pegni. Ma per un numero molto, molto grande di essi, particolarmente per quelli di origine irlandese, gli abiti sono dei veri stracci che spesso non tengono più neppure i punti, o che, per le molte toppe, non lasciano più riconoscere il colore originario.⁸

La lunga descrizione che Engels dedica all'abbigliamento della classe operaia, contiene tutti gli elementi che ne connotano la condizione: le necessità legate allo svolgimento di lavori manuali, spesso molto pesanti, comportarono prima di tutto l'adozione di colori scuri e tessuti resistenti, ma soprattutto l'introduzione dei pantaloni per gli uomini. Al tempo stesso, i progressi tecnologici garantiti dalla rivoluzione industriale avevano favorito la produzione su larga scala di tessuti quali il cotone, il fustagno, il tweed, il velluto a coste contribuendo alla diffusione di uno stile che sarà destinato a rimanere una costante dei codici vestimentari del mondo operaio prima e di intellettuali e artisti poi, almeno fino alla rivoluzione culturale del '68, quando sarà parzialmente sostituito dai jeans. Il dipinto di Pelizza da Volpedo, *Il quarto stato* (1901) rappresenta nello spirito e nello stile l'avanzata di una nuova classe sociale che, sul modello degli stati della rivoluzione francese, si affiancherà a quelle già esistenti.

Infine, l'influenza del protestantesimo aveva già determinato uno spostamento dell'asse della moda maschile verso il Nord Europa, l'Inghilterra in particolare, lasciando al resto del continente il pieno appannaggio della moda femminile. Il protestantesimo, oltre ad influenzare le forme, intervenne in maniera forte sull'uso dei colori scuri e sull'eliminazione di ogni elemento frivolo dall'abbigliamento maschile. Il mercante prima e il borghese-capitalista poi troveranno in que-

⁸ F. Engels, *The Condition of the Working Class in England*, Leipzig, Wingand, 1845; trad. it. *La situazione della classe operaia in Inghilterra*, Roma, Rinascente, 1955, p. 92-94.

sto modello il loro punto di riferimento: l'etica del lavoro e la centralità della funzione professionale determineranno lo stile di vita, gli interessi, i valori di questo modello di società.

La società capitalistico-borghese è caratterizzata da una struttura piramidale e da una rigida divisione in strati, nell'ambito della quale la moda diviene uno strumento utilizzato per segnalare all'esterno la propria reale o presunta posizione sociale. Si parla pertanto di un *significato sociale della moda per evidenziare il ruolo che essa svolge nella definizione della posizione occupata dai singoli soggetti all'interno della stratificazione sociale*. La segnalazione della propria posizione acquista una sua rilevanza solo all'interno di un contesto che reputa l'appartenenza sociale dell'individuo, sia essa in termini di *status* che di classe, rilevante per la definizione di tutta una serie di comportamenti che vanno dalle scelte politiche a quelle di consumo, dagli interessi culturali allo stile di vita in senso lato.

È all'interno di questo modello di società che si diffonde la teoria del *trickling down*, legata all'idea che le mode nascono nelle classi superiori e lentamente, per una sorta di "effetto gocciolamento" si diffonde nelle classi inferiori; le prime allora per mantenere inalterato il sistema di differenze sociali, sono costrette a introdurre un'innovazione, determinando un cambiamento della moda. Già introdotto da Simmel⁹, il *trickling down* sarà poi sistematizzato in quanto tale nella teoria elaborata da Fallers negli anni '50 del XX secolo¹⁰ e sembrerebbe particolarmente adatto a descrivere il ruolo che la moda ricopre nei processi di mobilità sociale di

⁹ "Se le forme sociali, i vestiti, i giudizi estetici, tutto lo stile in cui l'uomo si esprime, si trasformano continuamente attraverso la moda, allora la moda, cioè la nuova moda, appartiene soltanto alle classi sociali superiori. Non appena le classi inferiori cominciano ad appropriarsene superando i confini imposti dalle classi superiori e spezzando l'unità della loro reciproca appartenenza così simbolizzata, le classi superiori si volgono da questa moda a un'altra, con la quale si differenziano nuovamente dalle grandi masse e il gioco può ricominciare". G. Simmel, *La moda*, cit., p. 24.

¹⁰ L.A. Fallers, "Fashion: a Note on the Trickle Effect", in *Public Opinion Quarterly*, 1954.

tipo ascensionale. In realtà, l'adozione di mode appartenenti alle classi superiori da parte di quelle inferiori, è immediatamente contrastata mediante l'adozione di una nuova moda.

L'arte e la letteratura non hanno mancato di fornire una rappresentazione di quella che potremmo definire "l'aristocrazia del capitale" che per distinguersi ha finito per ispirare il suo stile di vita a quello dell'aristocrazia dell'*ancien régime*. È in questo contesto infatti che il patrimonio simbolico della società di corte ha finito per diventare il modello a cui guardare per legittimarsi come nuova classe al potere, in un contesto in cui la tradizione era venuta meno e aveva lasciato il posto al processo di democratizzazione della società¹¹. I dipinti di Giovanni Boldini (1845-1931) e John Singer Sargent (1856-1925) restituiscono l'immagine di questo modello di società, che pur derivando la propria ricchezza da grandi patrimoni industriali, tenderà ad imitare lo stile di vita dell'aristocrazia, ricercando unioni familiari con i suoi esponenti, ormai decaduti. La stessa letteratura non ha mancato di narrare le vicende di questo mondo. All'interno di opere quali *The Age of Innocence* di Edith Wharton (1921) ambientata nella New York del 1870, nonché nella sua trasposizione cinematografica, è possibile rinvenire i caratteri salienti di personaggi che aspirano ad uno stile di vita proprio degli strati superiori.

Non mancano gli aspetti critici che, guardando agli sviluppi del capitalismo del XX secolo, hanno messo in evidenza i suoi tratti degenerativi. L'Espressionismo tedesco e le scuole ad esso contemporanee attraverso le opere di Ernst Ludwig Kirchner (1880-1938), Otto Dix (1891-1969), George Grosz (1893-1959) hanno spesso evidenziato la progressiva mercificazione della società e gli intrecci tra il capitalismo della

¹¹ Afferma a questo proposito Elias: "è bene tener presente queste linee di sviluppo: il salotto della nobiltà e dei finanziari del XVIII secolo è una derivazione del salotto del re della metà del XVII secolo". N. Elias, *Die höfische Gesellschaft*, Darmstad, Verlag GambH, 1969; trad. it. *La società di corte*, Bologna, Il Mulino, 1980, p. 89. Un esempio su tutti può essere considerato il dipinto di De Nittis del 1883, *Il salotto della principessa Matilde*.

seconda rivoluzione industriale e la prima guerra mondiale. Non è raro trovare nei loro dipinti oltre al tema della guerra, quello della prostituzione come metafora di una società in cui tutto è in vendita e i borghesi capitalisti rampanti che ostentano i simboli del loro potere economico: indossano lunghi soprabiti di colore scuro (grigio, nero) realizzati in tessuti di lana pettinati, la camicia bianca per sottolineare il contrasto con la classe operaia, alti cilindri o bombette come copricapo e il sigaro in bocca. Si definisce così un *dress code* che costituirà a tutti gli effetti il modello del *power dressing* maschile. Una novità interessante è costituita dall'introduzione nel XX secolo del tessuto gessato, destinato a diventare la divisa di manager e uomini d'affari. Il tessuto è accostato sul piano figurativo a gangster e malavitosi, così come a detenuti e malati psichiatrici, per poi essere associato al mondo dell'economia¹². Il successo del completo gessato come simbolo del potere, sarà decretato da Winston Churchill che lo indosserà spesso durante gli anni al governo: nel 1940 si farà fotografare con il gessato, la bombetta, il sigaro in bocca, mentre imbraccia una mitragliatrice, secondo la moda dei gangster americani¹³.

Nell'abbigliamento maschile, la novità più rilevante è data dall'introduzione dei pantaloni così come li conosciamo oggi, introdotti intorno al 1807 in Inghilterra i pantaloni sostituiscono le *culotte* (o pantaloni alla zuava). I pantaloni hanno origine nell'abbigliamento dei marinai e dei lavoratori e quando furono introdotti avevano un carattere estremamente informale e venivano indossati in estate o in altre occasioni non ufficiali. Nel giro di un decennio assunsero la forma che conosciamo, arrivando a toccare la scarpa e ve-

¹² M. Pastoreau, *L'etoffe du Diable. Une histoire des rayures et des tissus rayés*, Paris, Seuil, 1991; trad. it. *La stoffa del diavolo. Una storia delle righe e dei tessuti rigati*, Genova, il melangolo, 1993.

¹³ Il tessuto gessato indossato da Winston Churchill – *the Churchill chalk stripe* – fu creato dalla sartoria britannica Henry Poole & Co., una delle celebri sartorie di Saville Row. Lock&Co. realizzò invece i cappelli che resero celebre il Primo Ministro.

nivano spesso indossati con una fascia che passava sotto il piede per mantenere inalterata la forma.

George Brummel, il dandy che ha fatto della moda inglese un modello di eleganza, contribuirà alla diffusione dei pantaloni. La figura del dandy si pone infatti in aperta controtendenza rispetto alla società capitalistico-borghese: “nell’epoca della borghesia e della mistica del lavoro, il dandy non rinuncia a lavorare, ma sottrae alla vista altrui quello che la retorica del tempo ha reso osceno fino a svuotarlo di ogni contenuto”¹⁴. Allo stesso modo, il denaro, simbolo della progressiva oggettivazione dei rapporti di scambio all’interno dell’economia capitalistica, rimane al di fuori degli interessi del dandy. L’attrazione per tutto ciò che è “bello” e “raro” non deve infatti essere confusa con un’attrazione per ciò che è “caro”. Il denaro interessa al dandy se è in grado di garantirgli una certa autonomia e non come mera accumulazione di ricchezza, in quanto non è in grado di garantire quella distinzione che è alla base del dandysmo. Il rifiuto del “tutto economico” cela pertanto una critica alla società capitalistico-borghese, in quanto dimensione economica della società di massa, e alla sua capacità di convertire ogni forma di dispendio in consumo.

In realtà, a partire dall’analisi di Marx, la stratificazione in classi della società si è evoluta nella direzione dell’ampliamento del ruolo delle cosiddette classi medie a scapito sia della borghesia capitalistica che del proletariato, con una conseguente ridefinizione dei rapporti tra le classi. A partire dal secondo dopoguerra due fenomeni nuovi sovvertiranno la struttura e i modelli di comportamento della società borghese: l’ascesa dei *colletti bianchi* e la comparsa delle *subculture giovanili*. Ci occuperemo in un’altra sede di quest’ultime, ma sarà opportuno fare riferimento ai primi, perché costituiscono l’evoluzione più immediata del modello di società capitalistico-borghese.

¹⁴ G. Scaraffia, *Gli ultimi dandies*, Palermo, Sellerio, 2002, p. 107; A. M. Curcio (a cura di), *I nuovi dandies*, Milano, Franco Angeli, 2006.

In Italia, il 14 ottobre 1980 sarà ricordato come il giorno della “marcia dei quarantamila”: per la prima volta i “quadri” della Fiat sfilarono per le strade della città di Torino per porre fine a una lunga vertenza sindacale che stava paralizzando l’azienda. La marcia è destinata a rappresentare un momento di frattura di una presunta unità del mondo salariale, diviso tra il ceto medio (*colletti bianchi*) e gli operai della catena di montaggio (*tute blu*)¹⁵. Segna anche l’evoluzione di una struttura di classe della società che portava allo scoperto la comparsa della classe media, a fronte del progressivo ridimensionamento della classe operaia.

I colletti bianchi sono entrati silenziosamente nella società moderna. Se hanno avuto una storia, essa è priva di eventi; se hanno interessi comuni, non sono tali da farne una classe omogenea; se avranno un futuro, non sarà certo opera loro. Le loro aspirazioni, semmai ne hanno, tendono a una via di mezzo in un tempo in cui la cosa non possibile, e quindi a una linea di condotta illusoria in una società immaginaria. All’interno il gruppo è diviso, atomizzato; all’esterno i suoi membri sono costretti a dipendere da forze più grandi di loro. Anche se acquistassero la volontà di agire, le loro azioni, prive come sono di indirizzo organico, sarebbero più un groviglio di singoli casi staccati che un vero e proprio movimento. Come gruppo non costituiscono una minaccia per nessuno, come individui non hanno un modo di vita indipendente. Così, prima che di essi ci si potesse fare un’idea adeguata, sono automaticamente divenuti figure familiari delle masse urbane.¹⁶

È questo l’incipit del saggio che Wright Mills ha dedicato ai *Colletti bianchi*, sottolineando fin da subito un modo nuovo di vivere l’appartenenza di classe, più frammentato e disomogeneo, altamente individualizzato, incapace di agire sulla scena sociale e politica come un attore collettivo.

¹⁵ S. Tropea, “Il giorno dei quarantamila”, in *la Repubblica*, 14 ottobre 1990 (consultato il 9/11/2019).

¹⁶ C. Wright Mills, *White Collars. The American Middle Class*, New York, Oxford University Press, 1951; trad. it. *Colletti bianchi. La classe media Americana*, Torino, Einaudi, 1966, p. 3.

Le classe medie sono le grandi protagoniste del XX secolo, e Wright Mills ne analizza con lucida determinazione aspirazioni, stili di vita e relazioni con la società di massa. Al pari dell'antica società di corte, ciò che caratterizza i colletti bianchi rispetto agli altri strati sociali, è la lotta per il prestigio che comporta, come afferma Wright Mills, il superamento di un'interpretazione esclusivamente economica della stratificazione sociale.

Il primo canale d'espressione delle rivendicazioni di prestigio dei colletti bianchi è dato, come già implica il loro nome, dal modo di vestirsi. Le loro occupazioni permettono, ed esigono, che essi indossino abiti da passeggio sul lavoro. Saranno magari tenuti a vestirsi in maniera un po' troppo severa, ma la loro tenuta di lavoro non è un'uniforme e non si differenzia dall'abbigliamento che chiunque può indossare per strada. La standardizzazione e la produzione in serie del vestiario alla moda hanno eliminato molte distinzioni che cinquant'anni fa avevano la loro importanza, ma non hanno cancellato le differenze che oggi ancora contraddistinguono i colletti bianchi dai salariati. Il salariato può portare abiti da passeggio standardizzati fuori dal lavoro, ma il colletto bianco li indossa anche sul lavoro. La stessa differenza si rivela anche nelle spese che i salariati e i colletti bianchi destinano all'abbigliamento, specialmente tra le ragazze e le donne. Appena escono dall'adolescenza le donne che lavorano come impiegate, paragonate alle operaie aventi pressappoco lo stesso reddito, spendono molto di più per l'abbigliamento; e lo stesso vale per gli uomini, anche se in misura minore.¹⁷

La rivalità per il prestigio assume però una modalità diversa rispetto a quanto era accaduto nella società di corte, all'interno della quale erano il lusso e il superfluo a fare la differenza. Qui il principio economico del sottoporre i propri consumi al reddito influenza le scelte dei colletti bianchi e ne riduce le *chances* di prestigio¹⁸. Si evidenzia pertanto una net-

¹⁷ Ivi, p. 320-321.

¹⁸ "La posizione di classe degli impiegati dipende dalle possibilità che essi hanno sul mercato del lavoro; il loro status dipende dalle possibilità

ta demarcazione nell'ambito della rappresentazione simbolica del potere che ricalca la struttura di classe della società e che attribuisce al vertice una capacità di attrazione sugli strati sottostanti che scardina "le previsioni dell'Ottocento secondo le quali la società si sarebbe divisa in imprenditori e salariati"¹⁹.

Il potere economico ha infatti una capacità mimetica e adattiva pari solo a quella del denaro che ne costituisce il valore fondante. Al contrario del potere politico, rifugge la visibilità ed opera attraverso la dimensione ideologica, non di rado a carattere egemonico, trasformando il modello produttivo capitalistico in un modello culturale, capace di informare di sé l'intera società. La sua rappresentazione simbolica tende a trasmettere stabilità, sicurezza, affidabilità, efficienza attraverso la diffusione di una specifica filosofia di vita. Lavora per sottrazione e non attraverso gli eccessi perché il suo *ethos* di riferimento impone di orientare le proprie azioni al rispetto rigoroso del calcolo costi/benefici. Ne deriva l'immagine di un potere razionale, distante dalle suggestioni emotive, calcolatore e depositario di un sapere esperto oscuro ai più, che trova nel modello del manager, declinato al maschile e al femminile, la sua miglior rappresentazione.

Eppure le evoluzioni recenti del mondo economico segnalano un'inversione di tendenza. La classifica stilata da Forbes dei dieci uomini più ricchi al mondo vede ai primi cinque posti tre imprenditori dell'economia digitale – Jeff Besoz (1), Bill Gates (2) e Mark Zuckerberg (5) – seguiti dal patron del lusso Bernard Arnault (3) e dal finanziere Warren Buffett (4). Il mondo dell'economia digitale ha messo in atto una diversa rappresentazione simbolica del potere economico che fa dell'informalità il proprio tratto caratterizzante. Sul

che hanno sul mercato dei beni di consumo. Le rivendicazioni di prestigio sono fondate sui consumi; ma poiché i consumi sono limitati dal reddito, la posizione di classe e lo status si sovrappongono. Sotto questo profilo, la spesa per l'abbigliamento è naturalmente soltanto un indice, anche se molto importante, dello stile di vita e del modo in cui gli strati dei colletti bianchi tengono a presentarsi", *ivi*, p. 321.

¹⁹ *Ivi*, p. 3.

modello della “nuova classe creativa”²⁰, il potere economico 4.0 orienta le sue azioni, almeno all’apparenza, a uno stile di vita *understatement*, che rifugge il lusso e l’ostentazione, in linea con i valori di apertura e orizzontalità della rete. Il modello è quello lanciato negli anni ’90 da Steve Jobs, fondatore di Apple – pullover a collo alto scuro, jeans, scarpe da ginnastica – seguito poi dai fondatori delle altre imprese della *digital economy*. La loro aspirazione a presentarsi come i *guru* della nuova religione del web, trova riscontro in una produzione di mode *high tech*, dall’elevato carattere prestazionale sul piano dei tessuti e del design, destinate ad un’élite globale, che è di fatto svincolata da qualsiasi struttura di classe della società.

²⁰ R. Florida, *The Rise of the Creative Class*, New York, Basic Books, 2002; trad. it. *L’ascesa della nuova classe creativa*, Milano, Mondadori, 2003.

Capitolo quinto
Power dressing: donne e potere

In un articolo apparso su *The Guardian* il 26 Ottobre 2014, dal titolo “Female Academic: Don’t power dress, forget heels – and no flowing hair allowed”, Francesca Stavrakopoulou, docente all’Università di Exeter, ha risposto alle tesi sostenute a Jonathan Wolff su come le donne dovrebbero vestirsi nel mondo accademico per “essere prese sul serio”. L’autrice afferma che “the implication is that dressing in a more conventionally feminine way is somehow more frivolous, and can undermine perceptions of a woman’s intellectual and professional skills”. Pertanto “Women in academia are judged on their appearance. Feminine means frivolous, and those considered scruffy are subject to sexist assumptions”¹. Che si tratti del mondo accademico o di quello delle professioni, delle politica o dell’economia, il rapporto tra le donne e la moda è costantemente sotto osservazione. In tutti questi casi infatti, ad essere messa in discussione è la capacità delle donne di ambire a posizioni di potere, mettendo così in discussione il monopolio maschile. A questo proposito, è stata coniata un’espressione che racchiude il senso di questo controverso rapporto: *power dressing*.

¹ F. Stavrakopoulou, “Female Academic: Don’t power dress, forget heels – and no flowing hair allowed”, *The Guardian*, Sun 26 Oct 2014 (consultato il 9/11/2019).

Formulata per la prima volta nel 1975 da John Molloy nel testo *Dress for success*, seguito nel 1977 dalla versione femminile *Women's dress for success book*, l'espressione è poi entrata nel linguaggio comune ad indicare l'abbigliamento adatto per ricoprire posizioni di potere². In entrambi i libri l'autore fa riferimento ad un codice vestimentario – un completo scuro (blu navy o grigio), composto da pantaloni, giacca e camicia bianca – che rappresenterebbe sia per gli uomini che per le donne un sicuro fattore di successo. Nel caso delle donne ogni riferimento alla dimensione erotica – scollature, tacchi a spillo, spacchi, ma anche tessuti leggeri – deve essere eliminato; la stessa bellezza, se declinata al femminile, può trasformarsi in un'arma a doppio taglio, che rischia di penalizzare le donne sul piano dell'autorevolezza politica³.

Pertanto con l'espressione *power dressing* si fa riferimento ad uno stile di abbigliamento che conferisce autorevolezza e competenza a chi lo indossa ed esercita una posizione di potere, quasi sempre in ambito politico ed economico. In teoria quindi il tema ha a che vedere sia con l'universo maschile che femminile, anche se nella pratica, quando si parla di *power dressing* si fa riferimento all'adattamento dei codici vestimentari maschili alle forme femminili⁴.

Se infatti per l'universo maschile a partire dalla rivoluzione industriale in poi, i codici vestimentari legati al potere sono abbastanza definiti, per quanto riguarda le donne il discorso è diverso. L'ascesa sulla scena sociale e politica da parte delle donne ha comportato l'esigenza di individuare un *dress code* che segnalasse questo passaggio e sottolineasse le differenze rispetto ai ruoli precedenti che la donna aveva ricoperto:

² J. T. Molloy, *Dress for success*, New York, Warner Books, 1975; Id., *The woman's dress for success*, New York, Warner Books, 1977. A distanza di venti anni Molly è tornato sul tema con il libro *New Women's Dress for Success*, New York, Warner Books, 1996.

³ D. Campus "Gli stereotipi di genere e le donne in politica: connubio apparentemente inestricabile" in Id. (a cura di), *L'immagine della donna leader*, Bologna, Bonomia University Press, 2010, p. 49.

⁴ R. Young, *Power dressing: first ladies, woman politicians and fashion*, London, Merrel, 2011.

Il vestito, che aveva svolto la funzione di rendere ornamentale il ruolo della donna esaltandone e contenendone le fattezze, delegando a esso l'ostentazione dello status della famiglia patriarcale, acquisisce una finalità opposta. L'abbigliamento femminile comincia a raccontare una storia di adulta promozione individuale. Il *power dressing* scontorna la donna dalle sue forme, allontanando quanto di più possibile la sua associazione con il sesso e con il trasferimento sul luogo del lavoro della subordinazione del genere femminile. Anche tramite l'abito si contrastano stereotipi che danno per scontato che la figura femminile debba essere maggiormente ornamentale, *femminile* appunto, e quindi anche inevitabilmente giovane.⁵

Allo stesso tempo, si produce un'interessante contrapposizione, che rinvia ad un'ideale scala gerarchica a sua volta imposta dall'universo maschile. Infatti,

proprio quando acquista visibilità una nuova generazione di donne dirigenti, il vestito delle donne in carriera si distingue da quello delle segretarie, a sottolineare un differente destino sociale e un diverso investimento nei confronti dell'aspetto fisico. Le segretarie *devono* essere sexy, seducenti, iperfemminili, contribuendo tramite il corpo, le stoffe e il rossetto a un ruolo ancillare, che corrisponde simbolicamente al décor di un'azienda: stanno alla reception come il vaso di fiori al desk. La loro funzione intellettuale è minima, costituiscono un supporto meccanico al lavoro maschile esaltando in termini di immagine, di pura gradevolezza estetica, l'azienda. Ovviamente secondo un implicito sguardo maschile.⁶

La visione per certi aspetti impietosa di tale frattura interna all'universo femminile, riconduce alla prospettiva tutta maschile dalla quale è stato analizzato il fenomeno del *power dressing*.

Una componente essenziale del rapporto tra donne e potere ha a che vedere con una questione di fondo, non

⁵ A. Castellani, *Vestire degenerare. Moda e culture giovanili*, Roma, Donzelli, 2010, p. 148.

⁶ *Ibidem*.

sufficientemente sottolineata dalla letteratura sul tema, ma rilevante ai fini del rapporto con la moda: la conquista del potere si accompagna ad un cambiamento nel modo in cui il potere stesso è concepito ed esercitato o è fine a se stessa? In questo caso infatti, l'abbigliamento dovrà rendere visibile una differenza – valoriale, comportamentale – non riscontrabile invece nei casi in cui si tratta di una mera acquisizione di posizioni di potere, per l'esercizio delle quali sarà sufficiente attenersi al *dress code* maschile. Il dato è importante anche se è difficile individuare situazioni in cui i due aspetti siano tra loro distinguibili e non sempre le ricerche hanno fornito un'evidenza empirica univoca al mito di una specificità femminile nella gestione del potere⁷.

Il discorso sul *power dressing* femminile ha infine a che vedere con un più ampio discorso sul rapporto tra le donne e la moda. Già Simmel aveva individuato la ragione della maggiore dipendenza delle donne dalla moda nel loro legame all'interno della società con le regole dettate dal costume.

È dalla debolezza della posizione sociale alla quale le donne sono state condannate per la maggior parte della storia che deriva il loro vincolante rapporto con tutto ciò che appartiene al 'costume', con 'ciò che si conviene', con la forma di esistenza generalmente valida e approvata. Infatti il debole evita l'individualizzazione, il basarsi oggettivamente su se stessi, con le proprie responsabilità e la propria necessità, il difendersi da sé con le proprie forze.⁸

La debolezza della posizione sociale delle donne le spingerebbe, al contrario degli uomini, a rimanere maggiormente ancorate alla sfera del costume e delle norme socialmente

⁷ G. Lipovetsky, *La troisième femme*, Paris, Gallimard, 1997; trad. it. *La terza donna*, Milano, Frassinelli, 2000, pp. 232-233; cfr. capitolo ottavo "Le donne fanno la differenza? Teoria e prassi politica" nel volume: A. Stevens, *Women, Power and Politics*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2007, trad. it. *Donne, potere, politica*, Bologna, Il Mulino, 2009.

⁸ G. Simmel, *Die Mode*, Berlin, Pan, 1905; trad. it. *La Moda*, Milano-Udine, Mimesis, 2015, p. 42.

condivise. Non godrebbero, secondo Simmel, di quel riconoscimento sociale che consentirebbe loro di muoversi con maggiore autonomia rispetto al potere vincolante delle norme sociali; sono sottoposte a modelli di comportamento socialmente definiti, spesso da un ordine patriarcale all'elaborazione del quale rimangono del tutto estranee⁹. Alle donne non restava che la moda per ritagliarsi un ruolo sociale e al massimo potevano aspirare ad assolvere la funzione di "biglietto da visita" della posizione sociale del marito, ben descritta dall'opera di Thorstein Veblen¹⁰. Unica eccezione era rappresentata dalla *femme fatale*, sensuale, spregiudicata e libera da ogni convenzione sociale, che faceva della componente erotica uno strumento di emancipazione¹¹.

Ciò non significa che il loro bisogno di individualizzazione sia del tutto annullato e non avvertano il bisogno di uscire da tali vincoli.

Mantenendosi sul terreno solido del costume, – afferma Simmel – della media, del livello generale, le donne aspirano intensamente all'individualizzazione e alla distinzione della personalità che sono ancora relativamente possibili. La moda offre loro una felice combinazione: da un lato un campo di imitazione generale [...] dall'altro una distinzione, un'accentuazione, un ornamento individuale della personalità.¹²

Simmel introduce così l'idea che la moda possa costituire una valvola di sfogo¹³, collocandosi in quegli spazi interstiziali di frizione che segnano la distanza tra il soggetto e la sua dimensione sociale. L'ampiezza di tale distanza evidenzia

⁹ P. Bourdieu, *La domination masculine*, Paris, Seuil, 1998; trad. it. *Il dominio maschile*, Milano, Feltrinelli, 1999.

¹⁰ T. Veblen, *The Theory of the Leisure Class*, London, MacMillan, 1899; trad. it. *La teoria della classe agiata*, Torino, Einaudi, 1981.

¹¹ G. Scaraffia, *Femme fatale*, Firenze, Vallecchi, 2009.

¹² G. Simmel, *La Moda*, cit., p. 42-43.

¹³ "Anche fatti storici ci avvicinano al concetto della moda come della valvola attraverso la quale il bisogno che le donne hanno di una certa quantità di distinzione e di rilievo personale trova uno sfogo quando il suo appagamento è maggiormente negato loro in altri campi", *ivi*, p. 43.

il margine di indipendenza che il soggetto assume nei confronti delle istituzioni sociali e va da un livello massimo di identificazione, individuato dalla piena integrazione, ad uno minimo che segnala il caso limite dell'anomia. La moda consente pertanto di recuperare spazi di libertà senza mettere in discussione le dinamiche di integrazione sociale. È una "trasgressione consentita" che permette di coniugare la dimensione sociale dell'individuo con la sua aspirazione a sperimentare il nuovo, ma anche di anticipare, segnalandolo, un bisogno di mutamento sociale¹⁴.

Pertanto secondo Simmel "per le donne la moda costituiva in un certo senso il surrogato di una posizione sociale all'interno di uno status professionale"¹⁵ che invece era garantita all'uomo. Le donne pertanto hanno dovuto procurarsi questo *quid* di individualità, che agli uomini proveniva dal loro ruolo pubblico, attraverso la moda. La maggiore resistenza al mutamento dei ruoli femminili ha fatto sì che le donne individuassero nella moda uno strumento adatto a colmare il *deficit* di partecipazione alla vita sociale e alla gestione del potere.

A Simmel non sfugge la dinamica storica che sottende tale meccanismo: le epoche storiche che hanno permesso alle donne una maggiore libertà di espressione in altri campi – cultura, arte, politica – non hanno visto la proliferazione di mode particolarmente stravaganti, dal momento che "l'impulso che vi si esprime ha trovato in altri campi una soddisfazione adeguata"¹⁶. Al contrario, le epoche caratterizzate da una maggiore chiusura nei confronti della libertà di espressione delle donne sono andate di pari passo alla proliferazione di mode eccentriche e stravaganti.

Tale aspetto consente un breve riferimento a un altro tratto caratteristico della moda: la teatralizzazione della vita quotidiana che essa mette in atto. Quasi una spinta compulsiva a

¹⁴ M. C. Marchetti, *La moda oltre le mode. Lineamenti di Sociologia della moda*, Roma, Ed. Nuova Cultura, 2011.

¹⁵ G. Simmel, *La Moda*, cit., p. 40.

¹⁶ Ivi, p. 44.

ritagliarsi uno spazio sulla scena del mondo per sfuggire alle routine della vita quotidiana, in una dinamica tra esteriorità e individualità che Simmel pone alla base del diverso rapporto che uomini e donne intrattengono con la moda. La maggiore fedeltà attribuita alla donna la renderebbe maggiormente incline a seguire la moda perché:

proprio la fedeltà, che manifesta l'unità e l'uniformità della natura femminile dal lato del sentimento, esige per l'equilibrio delle tendenze della vita una certa vivacità di cambiamento in campi marginali. Invece l'uomo, che per natura è meno fedele e generalmente non mantiene il legame con un rapporto sentimentale stabilito con la stessa assolutezza e la stessa concentrazione di tutti gli interessi della vita su questo solo interesse, ha un minor bisogno di quella forma esteriore di cambiamento.¹⁷

Al contrario, il rifiuto delle apparenze da parte dell'uomo sarebbe riconducibile al fatto che in virtù di una maggiore varietà esistenziale, può fare a meno di quei cambiamenti esteriori. "Perciò oggi la donna emancipata, cercando di avvicinarsi alla natura maschile, al suo grado di differenziazione, al suo tipo di personalità e alle sue caratteristiche emozionali, accentua anche la propria indifferenza nei confronti della moda"¹⁸.

Dalla frattura storica tra uomo e donna nel diverso modo di porsi nei confronti della moda deriva quella tra moda e potere: la stabilità, l'autorevolezza, la competenza associati all'esercizio del potere (politico ed economico in particolare) sembrerebbero entrare in contrasto con la frivolezza e la mutevolezza delle forme esteriori portata avanti dalla moda. Il superamento di questo tabù, ancora alquanto radicato in coloro che sono chiamati ad esercitare il potere, non può dirsi del tutto completato, anche se non mancano segnali degni di attenzione negli scenari della moda *postideologica*.

Il cambiamento del ruolo della donna all'interno della società, contraddistinto dal passaggio da un contesto familiare

¹⁷ Ivi, p. 45.

¹⁸ Ivi, p. 46.

ad un più ampio contesto socio-professionale, ha attraversato una lunga fase che, iniziata alla fine del XIX secolo si è protratta in maniera ininterrotta per tutto il XX secolo e, per certi aspetti, è tuttora in corso. I vari passaggi sono stati contrassegnati dalla comparsa di alcune mode che in maniera esplicita hanno segnalato al resto della società un'esigenza di cambiamento. L'introduzione dei pantaloni nell'abbigliamento femminile, ha evidenziato l'entrata della donna nel mondo del lavoro e dello sport; l'avvento della minigonna ha segnato una nuova consapevolezza da parte delle donne della loro femminilità e una richiesta forte di controllo sul proprio corpo e sulla propria sessualità; in tempi più recenti, l'adozione di massa del tailleur da uomo da parte delle donne, ha segnato un altro passaggio epocale, legato alla possibilità di ricoprire nel mondo del lavoro ruoli dirigenziali.

Il *power dressing* rinvia al processo di ascesa delle donne sulla scena sociale e politica che a partire dal secondo dopoguerra ha assunto proporzioni rilevanti in tutto il mondo, anche se non è riuscito del tutto ad intaccare il "soffitto di cristallo" che di fatto ancora oggi impedisce alle donne di raggiungere posizioni apicali, in una condizione di pari opportunità rispetto agli uomini.

L'analisi del *power dressing* non può prescindere dalla considerazione della dimensione quantitativa della presenza delle donne nelle posizioni di potere sia in ambito politico che economico. Sul piano politico, il suffragio femminile è una conquista del XX secolo: in Italia è stato raggiunto solo nel 1946, in Francia nel 1944 e in Germania e Regno Unito già nel 1918.

In altre aree del mondo il processo di decolonizzazione ha reso possibile un maggiore coinvolgimento delle donne nella conduzione di diversi paesi dell'Africa, America latina e Asia. In questi casi, la presenza delle donne ai vertici dei rispettivi paesi è servita ad indicare una svolta intrapresa dal paese stesso verso la via della democratizzazione. Il *Global Gender Gap Report*, stilato ogni anno dal World Economic Forum, misura il divario tra uomini e donne in termini di

pari opportunità, riferite a quattro principali aree: partecipazione e opportunità economiche, livello di istruzione, potere politico, salute e sopravvivenza. Secondo l'edizione 2018, la "top ten" dei paesi con un minor gender gap annovera ben sei paesi dell'Europa (Islanda, Norvegia, Svezia, Finlandia, Irlanda e Slovenia), su 149 paesi analizzati l'Italia si colloca al settantesimo posto, recuperando qualche posizione grazie alla maggiore presenza di donne in Parlamento¹⁹.

Per quanto riguarda i paesi dell'Unione europea, a partire dal 2003 la Commissione Europea ha creato il database *Women and Men in decision making*, con lo scopo di monitorare la presenza degli uomini e delle donne nelle posizioni decisionali nei settori della politica, pubblica amministrazione, finanza, giustizia, ecc.²⁰. Attualmente, la media europea della presenza femminile nei Parlamenti nazionali, aggiornata al 2019, è pari al 32%. L'Italia con il 36% ha recuperato posizioni rispetto al passato; la stessa percentuale si riscontra per quanto riguarda la presenza nei governi nazionali. La media europea presenta delle punte di oltre il 40% nei paesi del nord Europa – Svezia (46,7%) e Finlandia (46,5%) – con una posizione di rilievo della sola Spagna (48%) tra i paesi del bacino del Mediterraneo. Dal dicembre 2019 la Finlandia ha un Primo Ministro donna, Sanna Marin, che guida una coalizione di quattro partiti di centro-sinistra, le cui leader sono tutte donne.

¹⁹ World Economic Forum, *Global Gender Gap Report 2018*. Sul piano metodologico, è opportuno sottolineare la particolare prospettiva adottata dal Rapporto ormai da diversi anni: "There are three basic concepts underlying the Global Gender Gap Index. First, it focuses on measuring gaps rather than levels. Second, it captures gaps in outcome variables rather than gaps in means or input variables. Third, it ranks countries according to gender equality rather than women's empowerment", ivi, p. 3.

²⁰ I dati sono raccolti nei 28 paesi membri, sette paesi in pre-accesso (IPA), inclusi cinque paesi candidati (Montenegro, North Macedonia, Albania, Serbia e Turchia) e due potenziali candidate (Bosnia-Erzegovina e Kosovo); infine i paesi membri dell'Area economica europea (EEA Area): Islanda, Liechtenstein, Norvegia. I settori coperti dal database sono: la politica, la pubblica amministrazione, la giustizia, il business e la finanza, le Ong, l'ambiente, i media, la ricerca, lo sport.

Per quanto riguarda l'ambito economico i dati sono di gran lunga più deludenti. La presenza delle donne ai vertici delle principali imprese europee (presidente, board, rappresentanti dei lavoratori)²¹ è pari al 27,8% per scendere al 17,6% per quanto riguarda la presenza delle donne nei CdA. Attualmente solo l'8% dei vertici della Banca centrale europea è occupato da donne, con l'importante novità di Christine Lagarde nominata alla sua Presidenza; nessuna donna è a capo di una banca centrale dei paesi membri dell'Ue.

Non è questa la sede per approfondire le ragioni della scarsa presenza delle donne nelle posizioni di potere, anche perché notevoli sono i divari dovuti ai diversi contesti. Resta il fatto che i dati non sono al momento confortanti, anche se non mancano i fattori di crescita e oggi sono numerose le aree del mondo e i settori in cui le donne stanno assumendo cariche di rilievo. Tale aspetto ha riaperto il dibattito sul *power dressing*, acuito anche dal ruolo che i codici vestimentari assumono nella comunicazione politica.

Prima di entrare nel merito di alcuni esempi di *power dressing* è opportuno operare una distinzione tra le donne che detengono il potere in prima persona (capi di stato e di governo, presidenti di organismi internazionali) e le *first ladies*, mogli di capi di stato e di governo, capaci di ritagliarsi un ruolo autonomo rispetto a quello del più celebre consorte.

Sul piano storico, all'origine del *power dressing* al femminile si colloca quel mirabile lavoro di rappresentazione simbolica del potere messo in atto dalla regina Elisabetta I al momento della sua ascesa al trono. Donna in un mondo di uomini, ha racchiuso in se stessa un cambiamento epocale che andava comunicato all'esterno: la regina stessa si identificava con l'ascesa dell'Inghilterra sulla scena mondiale, sancendo al tempo stesso con la sua presenza al potere la vittoria della Riforma protestante²².

²¹ Il database fa riferimento alle aziende quotate in borsa.

²² Cfr. il capitolo primo in questo volume.

A distanza di quasi cinquecento anni sempre dall'Inghilterra arriva un modello di *power dressing* che segna a sua volta un passaggio epocale: Margaret Thatcher, prima donna ad essere nominata Primo Ministro (dal 1979 al 1990) e leader del partito conservatore inglese. Tale dato di fatto ha influenzato più di quanto si possa a prima vista ritenere la sua immagine pubblica e il suo modo di interpretare i ruoli di potere: è infatti la sua stessa elezione a rappresentare la grande novità, al punto da non aver bisogno di ulteriori elementi che la sottolineino.

Margaret Thatcher ha scelto di entrare a pieno titolo nelle stanze del potere attraverso un'evoluzione del suo personaggio pubblico che va dai tratti rassicuranti e tradizionali degli esordi, alla "figura emancipata e assertiva di donna di potere"²³, che si adatta al *dressing code* maschile, composto da un tailleur di taglio rigoroso, spesso blu o azzurro (colore del partito conservatore inglese) ingentilito da camicie chiare e da una spilla o un filo di perle. Sono gli anni '70 e le giacche con le spalle larghe entrano nel guardaroba femminile a sottolineare il cambiamento che si stava realizzando. Il contesto all'interno del quale si colloca la figura politica di Margaret Thatcher le consente anche di attingere al patrimonio simbolico fornito dalla monarchia inglese e di gareggiare con la Regina nel rappresentare la tradizione dell'Inghilterra conservatrice. Ancora oggi infatti, l'abbigliamento delle case reali, laddove ancora presenti nel mondo, assume caratteristiche proprie che non consentono ai suoi esponenti di "seguire la moda". Pur non risultando del tutto staccati dal contesto in cui vivono, sono tenuti a rispettare un *dress code* istituzionale che prevede ancora l'uso, specialmente nelle occasioni ufficiali di alcuni accessori – il cappello, i guanti, la corona o il diadema – o il rispetto di alcuni codici riguardanti i colori, la lunghezza delle gonne per le donne, dello strascico, che difficilmente sono compatibili con la moda.

²³ L. De Michelis, "Margaret Thatcher: le maschere multiple del femminile" in D. Campus (a cura di), *L'immagine della donna leader*, cit. p. 98.

Il modello inaugurato da Margaret Thatcher consente fin da subito di puntualizzare un aspetto fondamentale del *power dressing*: il suo rapporto con la moda. Esso infatti si contraddistingue per evidenziare fin da subito la presa di distanza dalla moda, non solo da quella in voga in una determinata epoca, ma dalla moda in generale. In realtà, il filone thatcheriano del *power dressing* non è “fuori moda” nel senso stretto del termine, ma è “oltre la moda”, in una dimensione autonoma sottratta al capriccio e alla mutevolezza della moda. Esso si colloca nella dimensione dello stile che fa della continuità e della stabilità i suoi valori portanti, allo stesso modo in cui la moda fa del mutamento e della superficialità i suoi motivi ispiratori.

La lezione della Thatcher ha influenzato una generazione di donne in politica, anche fuori dall’Inghilterra: negli stessi anni in Italia Nilde Iotti è eletta Presidente della Camera (dal 1979 al 1992) e nel 1976 Tina Anselmi fu la prima donna a ricoprire un dicastero (Ministero del Lavoro). Rivedendo oggi le immagini di repertorio, non si evincono particolari differenze dettate dal riferimento alla diversa ideologia politica, quanto piuttosto una convergenza stilistica verso una rappresentazione del potere delle istituzioni.

L’erede di questa stagione di donne al potere, può essere considerata Angela Merkel, anche se non mancano le differenze dovute al cambiamento del contesto internazionale. La Merkel, Cancelliera tedesca dal 2005, nel 2018 è risultata in cima alla lista delle cento donne più influenti al mondo, seguita da Theresa May e Christine Lagarde. Angela Merkel in particolare ha scelto per se stessa una sorta di “divisa”, costituita dalla sua celebre giacca dal taglio semplice, ma accurato, disponibile in una grande varietà di colori e tessuti, abbinata ai pantaloni scuri o bianchi durante la stagione estiva. La semplicità che il suo abbigliamento ispira, ben si addice alle politiche di austerità delle quali si è fatta promotrice in Europa ai tempi di crisi economica e che hanno contrassegnato la sua stagione politica, ma l’ha anche messa

al riparo dal ricorso a stereotipi di genere sia sulla stampa che nell'opinione pubblica²⁴.

In questo filone si colloca anche la figura di Hillary Clinton, unica donna ad aver tentato il passaggio dal ruolo di first lady a quello di candidata alla Casa Bianca, ricoprendo l'incarico di Segretario di Stato nella prima presidenza Obama. Ha sempre vissuto con difficoltà il ruolo secondario che la politica attribuisce alle *first ladies*, non aspirando nemmeno ad emulare altri celebri esempi (prima fra tutte Jacqueline Kennedy), quanto piuttosto a ritagliarsi uno spazio autonomo da quello del marito. Le molteplici trasformazioni del codice vestimentario di Hillary Clinton hanno rivelato fin da subito le sue "prove generali" per la presidenza, esperienza ripercorsa da Segolene Royale nel corso della vicenda politica che l'ha legata all'ex marito François Hollande.

Le *first ladies* costituiscono a tutti gli effetti uno dei territori privilegiati di sperimentazione del *power dressing*, tanto da aver dato vita ad una ricca letteratura. Allo stesso tempo però, con l'eccezione di Hillary Clinton, hanno giocato un ruolo politico di riflesso, rispetto a quello del Presidente e per questo hanno dovuto creare un *dress code* che ne definisse lo *status*, ma al tempo stesso non lo ponesse in competizione con quello dei più celebri consorti. Jacqueline Kennedy e Michelle Obama sono un esempio di come le *first ladies* americane abbiano innovato questo ruolo. Con la prima la moda fa il suo ingresso nel *power dressing*, divenendo un'icona di stile universalmente riconosciuta. La giovane età della coppia presidenziale e la novità che ha rappresentato nella storia della presidenza degli Stati Uniti dovevano essere segnalate anche dai codici vestimentari: giovani, alla moda, informali (numerose le foto che li ritraggono in abiti sportivi), simbolo della nuova frontiera che non ha paura di rimettere in discussione i dettami di un'America puritana e conservatrice.

²⁴ R. Zeh, "Angela Merkel e i media. Una donna che fa tendenza o un caso particolare?" in D. Campus (a cura di), *L'immagine della donna leader*, cit.

Michelle Obama ha recuperato questa tradizione – ben riconoscibile negli abiti senza maniche indossati con il girocollo di perle e il golf, propri della tradizione wasp americana – ma l’ha reinterpretata a modo suo, attraverso il ricorso ai colori sgargianti, solitamente banditi dal *power dressing*, in quanto sinonimo di esuberanza e di mancanza di moderazione.

Un aspetto specifico inerente il tema del *power dressing* al femminile è costituito dall’introduzione dei pantaloni, entrati solo di recente nelle stanze del potere al femminile, proprio grazie all’utilizzo pubblico che ne hanno fatto Hillary Clinton e Angela Merkel. La scelta non è priva di significato e probabilmente va contestualizzata per essere compresa nelle sue implicazioni. I pantaloni, simbolo per eccellenza dell’universo maschile, sono a lungo stati percepiti come segno di trasgressione e innovazione e in quanto tali riservati a poche eccentriche o anticipatrici. Ci vollero due conflitti mondiali, l’influenza del cinema e la diffusione dello sport di massa nel corso del Novecento per aiutare i primi movimenti femministi a far passare l’idea che anche le donne potessero indossare i pantaloni. La loro entrata ufficiale nell’abbigliamento femminile, grazie al lavoro di *fashion designer* come Yves Saint Laurent e Giorgio Armani, risale agli anni ’70, quando si produce una loro translitterazione semantica che in parte continua a guardare all’universo maschile, ma molto più al significato sociale che assumono in quanto capo d’abbigliamento che simboleggia, la comodità, la forma fisica, l’efficienza, sottolineando la rivoluzione culturale che si andava compiendo nei ruoli femminili.

Uno dei fattori che ne hanno decretato il successo è riconducibile alla progressiva affermazione di un *power dressing* di matrice economica che, a partire dal modello della “donna manager” degli anni ’80, arriva fino alla presenza delle donne ai vertici delle istituzioni economico finanziarie con Christine Lagarde dal 2011 direttrice del Fondo monetario internazionale e dal 2019 della Banca Centrale e Janet Yellen chiamata a presiedere la Federal Reserve, sotto la Presidenza Obama. Questi esempi dimostrano come il *power dressing*

di matrice economica non consenta troppe variazioni sul tema: completo pantaloni scuro, anche gessato (v. Christine Lagarde), pochi accessori e frivolezze femminili a suggerire affidabilità, valore fondamentale quando è in gioco il denaro.

In tempi recenti, il *power dressing* femminile (e non solo) ha recuperato un rapporto più stretto con la moda. La fase di rinnovamento, reale o presunta, che la politica si è vista costretta ad affrontare, deve essere comunicata all'esterno con un cambiamento di codice vestimentario rispetto al passato, in ambito maschile, ma soprattutto femminile. La fase *postideologica* della politica contemporanea amplifica infatti il rapporto tra moda e politica, davanti alla necessità oggettiva di dover recuperare differenze che non esistono o sono estremamente attenuate nella prassi, ma sono pur sempre necessarie alla dialettica tra le parti sulla quale la politica si fonda.

In un'intervista rilasciata alla giornalista Tina Brown al momento del suo insediamento, la ormai ex Premier inglese Theresa May ha affermato: "I'm a woman and I like clothes. I like shoes and I like clothes. I feel that one of the challenges for women in politics, in the world of business everywhere, is to be ourselves". La frase è stata pronunciata in aperta polemica ai commenti che le sue prime uscite pubbliche hanno suscitato con riferimenti frequenti alle scarpe che indossava o al colore del tailleur, piuttosto che alle sue posizioni politiche.

In Italia, in occasione del giuramento del governo "Conte bis" (5 settembre 2019) la neo nominata ministra dell'agricoltura Teresa Bellanova si è presentata al Quirinale con un abito a balze blu elettrico che ha subito acceso un dibattito tra i colleghi. L'ex deputato Daniele Capezzone ha subito twittato: "Carnevale? Halloween?", aprendo la strada a commenti di ogni tipo. In risposta la ministra ha twittato: "La vera eleganza è rispettare il proprio stato d'animo: io ieri mi sentivo entusiasta, blu elettrica e a balze e così mi sono presentata. Sincera come una donna #qualcosadiblu"²⁵.

²⁵ Per dare un'idea delle dimensioni del fenomeno, il post di Daniele Capezzone, da cui tutto ha avuto origine ha ricevuto 1.817 "mi piace", è stato

Il giorno dopo, dando prova di una certa ironia, la Ministra ha postato una sua foto con una camicia gialla a pois neri, accompagnata dal commento: “Visto che il blu di ieri ha elettrizzato molti, ho voluto provare con questa mise oggi, che ne dite? #vestocomevoglio oppure no? Secondo voi?”

La lista degli esempi potrebbe continuare, perché non è raro che in presenza di un personaggio pubblico femminile il riferimento al suo abbigliamento prenda il sopravvento sulla descrizione delle competenze professionali, della sua esperienza o di una valutazione del suo operato, secondo ben consolidati stereotipi di genere legati al rapporto tra donne e potere²⁶.

Pertanto anche la rappresentazione simbolica del potere femminile sembra destinata a subire un cambiamento. Non è raro imbattersi in donne di potere – first ladies, primi ministri, professioniste e amministratrici delegate – che usano la moda come un mezzo di espressione di sé e di “empowerment” al fine di costruire la loro reputazione sociale e la loro autorità. Se qualcosa sta cambiando nella percezione della relazione tra donne, moda e potere, è anche possibile affermare che qualcosa stia cambiando nella struttura del potere all’interno della società? Come ha affermato Mary Beard nel suo *Manifesto*, “if women aren’t perceived to be

ritwittato 441 volte e ha ricevuto 3.334 commenti; la risposta della Ministra ha ricevuto 32.4019 “mi piace” ed è stato ritwittato 5.324 volte, ottenendo 2.794 commenti; il post di Enzo Miccio, intervenuto in difesa dell’*outfit* della Ministra, ha ricevuto 20.402 “mi piace” ed è stato ritwittato 3.036 volte, ricevendo 1485 commenti.

²⁶ Secondo Campus, tre sono le prospettive a partire dalle quali è possibile analizzare tali stereotipi: 1) l’attribuzione di diverse capacità e di un diverso approccio alle questioni politiche, in quanto le donne sarebbero meno adatte degli uomini al comando; 2) l’attribuzione di diverse competenze sulle politiche, per cui le donne potrebbero al massimo occuparsi di tematiche legate alla cura, quali politiche sociali, famiglia, scuola, sanità; 3) il cosiddetto *double blind*, vale a dire il doppio vincolo dato dalla necessità per le donne che intendano ricoprire ruoli di leadership, di mostrare fermezza di carattere unita ad una certa aggressività. D. Campus (a cura di), *L’immagine della donna leader*, cit, p. 19.

fully within the structure of power, isn't it power that we need to redefine?"²⁷.

Questo cambiamento se da una parte potrebbe segnalare un più ampio processo di ridefinizione dell'ordine patriarcale della società, dall'altra implica il rifiuto da parte delle donne di rinunciare alla moda, senza che a questo loro gesto sia ricondotto un elemento di frivolezza: la moda da segno di debolezza della condizione femminile, diviene un tratto caratterizzante un sistema di differenze che è esso stesso fonte di mutamento sociale.

²⁷ M. Beard, *Women & Power. A Manifesto*, New York, Liveright Publishing Corporation, 2017.



Capitolo sesto

La moda e la critica postcoloniale

Nel 1931 il Mahatma Gandhi sbarcò nel Regno Unito, prima tappa del suo viaggio in Europa, vestito solo del tipico indumento indiano, il *lungi*, sotto gli sguardi stupiti dei tanti cittadini che si erano accalcati sulla banchina per vedere l'uomo che aveva dichiarato una “guerra pacifica” all’Impero britannico. Winston Churchill commentò molto causticamente che per lui era solo “un fachiro mezzo nudo”¹. Uno dei massimi esponenti della politica europea utilizzò il richiamo al codice vestimentario del suo avversario per delegittimare la causa politica, riconoscendo implicitamente che le grandi questioni internazionali passano anche attraverso la rappresentazione simbolica delle forze in campo.

La rivoluzione pacifica che Gandhi stava portando avanti per liberare l’India dal dominio coloniale, non mancò infatti di utilizzare codici simbolici finalizzati a rivendicare un’autonomia nelle forme esteriori e nelle manifestazioni della cultura materiale prima ancora che nella politica. Gandhi infatti lanciò nel suo paese il movimento *Swadeshi*, quale parte integrante delle rivendicazioni di indipendenza², e aprì la strada ad un processo di rinnovamento economico finaliz-

¹ Cit. in S. Segre Reinach, *Un mondo di mode. Il vestire globalizzato*, Bari, Laterza, 2011, p. 6.

² P. Gonsalves, *Clothing for liberation. A communication analysis of Gandhi's Swadeshi revolution*, New Delhi, Sage, 2010.

zato a promuovere l'autonomia del popolo indiano dal sistema produttivo inglese che per secoli ne aveva condizionato i consumi.

Through it he not only wanted to eradicate unemployment, but also empower, unite and liberate his people from centuries of foreign domination. The choice gave to clothing – a conventional form of non-verbal communication – a historical, political, economic, social, psychological, cultural and moral significance that had no precedence and has no parallel.³

Il movimento *Swadeshi* postulava una sorta di autarchia che si richiamava all'utilizzo di materie prime locali, lavorate sul posto senza ricorrere all'intervento dall'esterno. Il movimento assumeva un significato particolare nel caso dell'India perché per secoli le materie prime prodotte sul territorio indiano – cotone, seta, lana, kashmir – erano state esportate nel Regno Unito contribuendo al successo mondiale dell'industria tessile inglese e scozzese nel XIX secolo. Il movimento fortemente criticato in patria e all'estero per gli scarsi risultati economici che riusciva a riportare, aveva il merito di spostare l'attenzione su un piano simbolico, che difficilmente poteva essere compreso all'epoca, ma che non sfugge all'analisi degli esperti di comunicazione politica contemporanei. L'India dei “settecentomila villaggi” a cui si rivolgeva Gandhi, non poteva essere raggiunta attraverso i più raffinati strumenti dell'analisi politica, per altro non trascurati da Gandhi, ragione per cui si rendeva necessario il ricorso al vasto patrimonio simbolico e identitario del subcontinente indiano. Al tempo stesso il movimento comportava la ricostruzione di un'identità nazionale che anticipasse il successivo processo di decolonizzazione.

Al di là dell'esperienza indiana, la questione assume una rilevanza sia nell'ambito degli studi sulla moda che nell'ambito degli studi postcoloniali. Per quanto riguarda il primo aspetto, si ripropone una questione di fondo che ha da sem-

³ Ivi, p. XIX.

pre caratterizzato i *Fashion Studies*, legata all'origine stessa del fenomeno della moda. A questo proposito infatti gli studiosi si dividono in due scuole di pensiero tra loro contrapposte: da una parte si collocano coloro che affermano che la moda è sempre esistita in quanto connaturata alla condizione umana; dall'altra coloro che invece ne sottolineano il profondo legame con la modernità occidentale, relegando il resto del mondo nell'alveo del costume.

A questo proposito König afferma che “la soluzione che viene ora di tanto in tanto proposta consiste nel ritenere *costumi* permanenti, in contrasto con le *mode*, effimere e assai variabili delle società capitalistiche, i comportamenti presumibilmente poco mutevoli in fatto di abbigliamento e di ornamenti degli uomini della protostoria e della preistoria”⁴. Per König si tratta invece di analizzare “ciò che nella storia è comune a tutte le mode, vale a dire il loro meccanismo nascosto, altamente complesso di *innovazione* ed esperimento”⁵, invariabilmente legato a componenti di natura antropologica e alla natura conflittuale del rapporto che lega l'individuo al proprio gruppo di appartenenza. È questa convinzione che spinge König ad operare una distinzione tra quelli che egli ritiene essere i “meccanismi scatenanti” di carattere antropologico e i “rinforzi” che pur avendo “un fondamento culturale e sociale e quindi storico [...] attingono però la loro forza dalle profondità della psiche”⁶. L'individualismo moderno, l'affermazione del capitalismo, il processo di stratificazione sociale, hanno sicuramente fornito un terreno favorevole allo sviluppo della moda, ma non sono da soli sufficienti a spiegare l'atteggiamento individuale che ne determina la nascita. Come afferma Descamps, “uno degli errori più diffusi è il credere che la moda sia un fenomeno recente, inventato da poco, e che non esista una moda nelle società semplici o nei

⁴ R. König, *Menschheit auf dem Laufsteg. Die Mode im Zivilisationsprozeß*, München, Verlag, 1985; trad. it. *Umanità in passerella*, Milano, Longanesi, 1988, p. 75.

⁵ Ivi, p. 8.

⁶ Ivi, p. 79.

piccoli gruppi. Noi abbiamo *inventato da poco* solo l'organizzazione industriale della moda"⁷. Infine Craik sostiene che la distinzione tra moda occidentale e moda non occidentale non ha di fatto senso e che la moda nasce da una serie di fattori sociali differenti presenti all'interno delle società⁸. Della stessa opinione è Roche, secondo il quale "la moda può investire le società anche più tradizionali, quelle in cui i costumi sembrano più rigidi e immobili"⁹.

Secondo i sostenitori della tesi opposta, come afferma Svendsen "la moda non è universale. Non è un fenomeno presente in ogni luogo e in ogni tempo. Non è radicata né nella natura umana, né in generale nelle dinamiche di gruppo. Sorse in una data società, e in seguito informò un numero crescente di società e di ambiti che si adeguarono alla sua logica"¹⁰. L'autore continua affermando che si è soliti far risalire la nascita della moda al tardo Medioevo o al primo Rinascimento, di pari passo con l'affermazione del capitalismo mercantile. Da questo punto di vista, la moda rimanderebbe a un clima culturale tendenzialmente portato alla svalutazione del passato e della tradizione a tutto vantaggio di ciò che è nuovo e legato a quanto il soggetto può esperire in prima persona. Secondo Lipovetsky, "società superconservatrici come la primitiva impediscono l'apparire della moda, che va di pari passo con un qualche svilimento del passato"¹¹. Si evidenzerebbe così uno stretto rapporto tra l'affermazione e la diffusione del fenomeno della moda ed il clima culturale della modernità. "La moda – sostiene a questo proposito

⁷ M. A. Descamps, *Psychosociologie de la mode*, PUF, Paris, 1979; trad. it. *Psicosociologia della moda*, Editori Riuniti, Roma, 1981, p. 43.

⁸ J. Craik, *The face of Fashion: Cultural Studies in Fashion*, London, Routledge, 1993.

⁹ D. Roche, *La culture des apparences. Essai sur l'Histoire du vêtement aux XVIIe et XVIIIe siècles*, Paris, Fayard, 1989; trad. it. *Il Linguaggio della moda. Alle origini dell'industria dell'abbigliamento*, Torino, Einaudi, 1997, p. 41.

¹⁰ L. F. H. Svendsen, *Mote. Et filosofisk essay*, Oslo, Universitetsforlaget, 2004; trad. it. *Filosofia della moda*, Milano, Guanda Editore, 2006, p. 20.

¹¹ G. Lipovetsky, *L'empire de l'éphémère*, Paris, Gallimard, 1987; trad. it. *L'impero dell'effimero*, Milano, Garzanti, 1989, p. 25.

Lipovetsky – nel senso proprio del termine, sorge nella seconda metà del XIV secolo con l'apparire di un tipo d'abito radicalmente nuovo che con chiarezza distingue il sesso di chi lo porta"¹². La storica del costume Yvonne Deslandres aggiunge che "è alquanto normale che una forma di pensiero che proclama le qualità particolari dell'uomo, artefice dell'universo, comporti una nuova concezione del costume, che diviene la manifestazione di un gusto personale, l'esaltazione della persona"¹³. Dello stesso avviso è Valerie Steele quando afferma che la nascita della moda coincide con l'istituzionalizzazione del ciclo della moda in Occidente nel XIV secolo, ai tempi della corte di Borgogna¹⁴.

Se dal piano teorico si passa all'analisi delle forme materiali in cui la moda si manifesta, la "prima grande opposizione semantica del vestire umano è quella tra il tessuto piatto, non tagliato e non cucito, tipico dell'Asia, e quello a tre dimensioni, tagliato e cucito, caratteristico della tradizione sartoriale europea"¹⁵. Quella che a prima vista può sembrare una questione di stile per addetti ai lavori, si ricollega a un più ampio dibattito che a sua volta ruota attorno alla contrapposizione tra l'Occidente moderno, orientato all'individualismo e al mutamento al punto da farne i suoi tratti culturali dominanti, e il "resto del mondo" che si presuppone essere orientato ai valori tradizionali, apparentemente immutabili e per ciò stesso estraneo alla moda. Da questo punto di vista, la moda diviene espressione del processo di civilizzazione¹⁶ che ha caratterizzato l'Occidente moderno e definisce implicitamente la superiorità della cultura occi-

¹² Ivi, p. 27.

¹³ Y. Deslandres, *Le costume, image de l'homme*, Paris, Albin Michel, 1976, p. 105. La stessa tesi è sostenuta da F. Monneyron, *La sociologie de la mode*, Paris, Puf, 2006; trad. it. *Sociologia della moda*, Bari, Laterza, 2008.

¹⁴ V. Steele, *Paris Fashion: A Cultural History*, New York, Oxford University Press, 1988.

¹⁵ S. Segre Reinach, *Un mondo di mode*, cit. p. 6.

¹⁶ N. Elias, *Über den Prozess der Zivilisation: Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen*, Frankfurt, Suhrkamp, 1936; trad. it. *Il processo di civilizzazione*, Bologna, Il Mulino, 1985.

dentale rispetto al resto del mondo, come più volte sottolineato dalla critica postcoloniale al sistema moda¹⁷.

Sul piano della moda, la realtà restituisce un'immagine molto più complessa del rapporto tra l'Europa e il resto del mondo, che si definisce a partire da due direttrici principali: "il rapporto tra Est e Ovest, cioè l'orientalismo, un termine consustanziale alla costruzione della moda europea, e il rapporto tra Nord e Sud del mondo, cioè l'emancipazione da forme diverse di dominazione sartoriale"¹⁸. La moda chiama pertanto in causa le dinamiche che hanno guidato le relazioni di potere tra l'Occidente moderno e il resto del mondo e che sono parte integrante del modo oppositivo – Noi/Loro – con cui l'Occidente ha spesso costruito la sua stessa identità.

L'Oriente appare allora come un luogo lontano, geograficamente uniforme, pur nella molteplicità delle sue espressioni culturali, che si estende dal Giappone al Medio Oriente, spesso letto attraverso la categoria dell'esotismo e dello spiritualismo¹⁹, secondo un'immagine elaborata dall'Occidente. L'*orientalismo* diventa così un tratto della cultura occidentale, mossa dal bisogno dell'altrove, di fatto funzionale alla definizione della sua stessa identità²⁰. In realtà, come molti studiosi di storia della moda e del costume hanno evidenziato i rapporti tra Oriente e Occidente sono sempre stati più stretti di quanto si possa a prima vista immaginare, lasciando emergere interazioni non solo sul piano commerciale, ma anche stilistico. Due sono gli esempi che, pur non mancando di mascherare forme di sfruttamento coloniale, possono essere

¹⁷ S. Hall, "The West and the Rest. Discourse and Power" in Id. (eds.), *Modernity: an Introduction to Modern Societies*, Malden, Blackwell, 1996.

¹⁸ S. Segre Reinach, *Un mondo di mode*, cit. p. 12.

¹⁹ A. Sen, *The Argumentative Indian. Writings on Indian History, Culture and Identity*, London, Penguin, 2005; trad. it. *L'altra India. La tradizione razionalista e scettica alle radici della cultura indiana*, Milano, Mondadori, 2005.

²⁰ E. Said, *Orientalism. Western Representation of the West*, London, Routledge, 1978; trad. it. *Orientalismo. L'immagine europea dell'Oriente*, Milano, Feltrinelli, 1999; S. Segre Reinach, *Manuale di comunicazione, sociologia e cultura della moda. Vol. IV – Orientalismi*, Roma, Meltemi, 2006.

utili per comprendere il livello di contaminazione tra i due mondi: il disegno *paysley* e i tessuti a stampa Wax.

Paisley è un cittadina della Scozia che deve la sua fama a un particolare tessuto a disegni che ebbe un notevole successo in Europa tra la metà del XVIII secolo e per tutto il XIX. Il caratteristico disegno a forma di pigna (o mandorla) con la punta incurvata, proviene dall'India dove era stato introdotto dalla Persia ed era usato per decorare gli scialli di lana o cachemire. In seguito ai commerci della Compagnia delle Indie orientali, gli scialli furono introdotti in Europa, dove divennero un accessorio di moda sia per gli uomini che per le donne, tanto che i produttori tessili del Regno Unito decisero di imitare il disegno e di produrlo industrialmente. Solo verso la fine del XIX gli scialli a disegno *paisley* iniziarono ad essere fuori moda, anche se ancora nel 1908 sono al centro di un famoso dipinto di John Sargent, intitolato *Cachemire*²¹. Il disegno *paisley* tornò di moda negli anni Sessanta, quando si diffuse tra la subcultura *hippy* la sua versione psichedelica: gli stessi Beatles indossarono abiti e camicie a colori vivaci realizzati con questo disegno.

Per quanto riguarda i tessuti a stampa Wax, si tratta di tessuti a disegni africani, prodotti a livello industriale con una tecnica che si ispira al batik²². Sono contraddistinti da colori vivaci che di solito richiamano la simbologia delle singole tribù, ma ciò che soprattutto è interessante, è il complesso intreccio di relazioni internazionali che fa di questi tessuti un simbolo della colonizzazione prima e del processo di globalizzazione poi. Il tutto risale alla colonizzazione olandese dell'Indonesia quando alcuni produttori di tessuti vennero a conoscenza della tecnica del *batik*, che cercarono di riprodurre a livello industriale, sperando così di immettere sul mercato un prodotto a basso costo che fosse concorrenziale con quello artigianale. L'operazione commerciale non

²¹ Il dipinto raffigura la nipote del pittore, avvolta in uno scialle di cachemire in sette diverse pose a simulare il movimento della figura.

²² W.T. Kroese, *The origin of the Wax Block Prints on the Coast of West Africa*, Hengelo, Smit, 1976.

funzionò, ma i tessuti trovarono fortuna in Africa occidentale, dove furono introdotti dalle navi olandesi e inglesi che attraccavano in quei porti e dai *Belenda Hitam*, un gruppo di soldati africani della Costa d'Avorio, reclutati dal reale esercito delle Indie orientali olandesi, per servire tra le truppe di stanza in Indonesia. Da quel momento i tessuti si diffusero in tutta l'Africa, divenendo una forma di comunicazione non scritta grazie ai riferimenti simbolici contenuti nei disegni; attualmente i tessuti sono prodotti direttamente in Africa da società che fanno capo al GTP Group che controlla i principali marchi produttori dei tessuti Wax²³.

Le contaminazioni non si fermano ai singoli capi d'abbigliamento, ma traggono origine dal corto circuito che si è generato dall'azione congiunta della rivoluzione industriale, della diffusione delle idee dell'Illuminismo e dei commerci ad opera della Compagnia delle Indie Orientali. Sarebbe difficile immaginare la rivoluzione nella moda introdotta negli ultimi anni del regno di Maria Antonietta senza tenere conto dell'influenza dell'*Emile* di Rousseau e dell'introduzione in Europa del cotone, lavorato nelle prime manifatture industriali in Francia e nel Regno Unito. Allo stesso modo, la liberazione del corpo femminile da busti e corsetti all'inizio dell'Ottocento ha inizio attraverso le creazioni sartoriali di Paul Poiret che trasse largamente ispirazione dal kimono, introducendolo nella moda occidentale, come già era avvenuto in epoche passate.

Al contrario, “la coordinata Nord-Sud esprime più direttamente il disequilibrio della relazione tra modernità occidentale e resto del mondo”²⁴ e chiama in causa i processi di decolonizzazione. Se in una prima fase della decolonizzazione l'Occidente è stato ancora visto come un modello da imitare, a partire dagli anni Sessanta si è andato affermando un movimento trasversale di recupero delle proprie tradizioni culturali, che ha visto un ruolo attivo da parte delle donne e non solo.

²³ <http://gtpfashion.com/about-gtp/>.

²⁴ S. Segre Reinach, *Un mondo di mode*, cit., p. 18.

Tale percorso trova un riscontro nell'esperienza recente di alcuni paesi dell'Africa Subsahariana, contrassegnati dall'ascesa al potere di donne come nel caso della Presidentessa della Liberia Ellen Johnson-Shirlea (dal 2005 al 2018), che nel 2011 ha vinto il Premio Nobel per la pace insieme a Tawakkul Karman e Leymah Gbwee e la presidentessa del Malawi Joyce Band, solo per citare le principali²⁵. Anche in questo caso, la loro ascesa al potere ha coinciso con la dismissione degli abiti occidentali e con il recupero dell'abbigliamento locale.

Dopo la lezione Gandhiana, l'India è stata governata per oltre cinquant'anni da una dinastia politica che ha visto come punti di riferimento due donne – Indira Gandhi e sua nuora Sonja – che hanno legato la loro storia politica al *sari*. Lo stesso si può dire dell'esperienza politica della leader pakistana Benazir Bhutto (assassinata nel 2007) e della leader birmana Aung San Suu Kyi, premio Nobel per la pace nel 1991. Tale processo non è immune da contraddizioni e ha finito per avvalorare la contrapposizione “moda-modernità vs. costume-tradizione”, a cui sopra si è fatto riferimento, con un conseguente rischio di stereotipizzazione²⁶.

Un caso che restituisce meglio la complessità del rapporto tra Nord e Sud è costituito dal fenomeno dei *Sapeur*, gruppi di giovani uomini provenienti da Bacongo, un sobborgo di Brazzaville, capitale della Repubblica del Congo, che ostentano un'eleganza all'occidentale, con una spiccata voga “dandy”. Si definiscono “Sapeurs” in quanto seguaci della *Société des Ambianceurs et des Personnes Élégantes* (SAPE). La loro passione feticista per la moda occidentale, francese in particolare, è un elemento della costruzione della loro identità in patria; il viaggio a Parigi, capitale della moda, assume i toni di un percorso iniziatico, all'interno del qua-

²⁵ M. Mian, “Il futuro dell'Africa è in mano alle donne”, *Io Donna, Corriere della Sera*, 19 novembre 2012.

²⁶ P. Calefato, *La moda oltre la moda*, Milano, Lupetti, 2011.

le l'identità africana e l'immagine del mondo occidentale si fondono insieme²⁷.

Questa esperienza si aggiunge a quella delle subculture storiche che dalla fine degli anni quaranta del XX secolo fino agli anni settanta hanno dominato la scena della moda con le loro innovazioni. Spesso oggetto di studio da parte degli autori della Scuola dei *Cultural Studies*, le subculture hanno evidenziato come la contaminazione tra le dinamiche di rivendicazione identitaria di qualunque natura essa sia (politica, di genere, etnica, di classe, generazionale), la contrapposizione nei confronti della cultura *mainstream* unita al suo implicito riconoscimento, l'uso estremizzato dei codici simbolici della moda produca un risultato sul piano stilistico che difficilmente trova una collocazione nell'alveo delle interpretazioni classiche dei fenomeni di moda.

Le categorie elaborate dagli studi postcoloniali – orientalismo, ibridazione, creolizzazione, etnicità²⁸ – hanno guidato la riflessione sulla moda evidenziando come sia in realtà difficile concepire la stessa moda occidentale come un prodotto autonomo e come “autentica” forma di espressione di un modello di società che, al contrario si è nutrito nel tempo di contrapposizioni (Noi/Loro), ma anche di contaminazioni, frutto delle relazioni di potere che l'Occidente andava stabilendo con il resto del mondo. Da un altro punto di vista, lo stesso rapporto tra colonizzati e colonizzatori risulta essere più complesso, specialmente se analizzato alla luce del processo di globalizzazione della moda e delle rivendicazioni identitarie delle diverse diaspore in giro per il mondo. In realtà, come sottolinea Bhabha, tutte le culture sono ibride e le forme culturali emergono nell'ambito di quel “terzo spazio” che è per definizione contraddittorio e ambivalente²⁹, anche se il concetto stesso di ibridazione non è a sua volta

²⁷ Cfr. J. Friedman, *Cultural Identity and Global Process*, London, Sage, 1994; D. Tamagni, *Gentlemen of Bacongo*, London, Trolley Books, 2009.

²⁸ E. Said, *Orientalism. Western Representation of the West*, cit.; H.K. Bhabha, *The location of Culture*, London, Routledge, 2004.

²⁹ H. K. Bhabha, *The location of Culture*, cit..

immune da contraddizioni, nel momento in cui presuppone l'esistenza di una cultura "pura" da entrambe le parti che precederebbe la contaminazione. Nel discorso sulla moda pertanto, il concetto di ibridazione culturale finisce per ribadire proprio ciò che intende smantellare, vale a dire una nozione originaria e statica di cultura.

Il contributo che la critica postcoloniale ha apportato ai *Fashion Studies* ha inoltre permesso di indagare le profonde relazioni che intercorrono nel mondo contemporaneo tra moda, decolonizzazione, globalizzazione e processi migratori, uscendo dagli steccati disciplinari che spesso hanno caratterizzato gli studi sulla moda³⁰. La critica postcoloniale ha permesso infatti non solo di conoscere meglio il ruolo della moda nelle società non-occidentali, ma anche di fornire un contributo determinante all'avanzamento della *Fashion Theory* nel suo insieme e di conoscere le dinamiche che sono alla base dei fenomeni di moda contemporanei³¹.

³⁰ E. Gaugele, M. Titton (eds.), *Fashion and Postcolonial Critique*, Wien, Sternberg Press, 2019.

³¹ P. Calefato, "Fashion Theory" in M. Cometa, *Dizionario degli studi culturali*, Roma, Meltemi, 2004.



Capitolo settimo

Il Sessantotto e la moda: le subculture al potere

Quando nel maggio del 1968 gli studenti francesi occuparono la Sorbonne la rivoluzione culturale aveva già compiuto la sua traiettoria e i grandi mutamenti avevano già avuto luogo nel corso del decennio precedente sia negli Stati Uniti che in Europa. Nell'agosto dello stesso anno la "Primavera di Praga" si chiuse amaramente con l'invasione sovietica, generando una profonda frustrazione in coloro che avevano sperato in un cambiamento anche negli assetti internazionali dettati dalla Guerra fredda. È difficile individuare una prospettiva che possa esaurire la molteplicità dei processi di mutamento introdotti dalla rivoluzione culturale del Sessantotto: la politica, la musica, il cinema, la moda, l'arte e la letteratura sono state investite da un'ondata di rinnovamento che ha messo in discussione le società occidentali e non solo.

Se il 1968 può essere considerata una data di riferimento, i processi di mutamento avevano avuto inizio già alla fine degli anni '50 quando da più parti si levavano voci di dissenso nei confronti del modello di società scaturito dal boom economico. Dapprima confinate a ristretti circoli intellettuali, le voci critiche avrebbero alimentato di lì a poco le battaglie per i diritti civili in America, le manifestazioni contro la guerra in Vietnam, le critiche alla società dei consumi, il femminismo e il terzomondismo. È del 1963 la marcia su Washington nel corso della quale Martin Luther King pronunciò il suo celebre discorso – *I have a dream* – “mentre Joan Baez canta We

Shall Overcome, Bob Dylan Blowin' in the Wind e Mahalia Jackson guida la folla a cantare in coro gli spiritual”¹. Il 22 novembre dello stesso anno il Presidente Kennedy fu assassinato a Dallas e il Civil Rights Act diverrà legge nel 1964, sotto il suo successore.

Molti altri sono gli avvenimenti che prepararono il Sessantotto sul piano politico e culturale, a riprova dell'effervescenza che caratterizzò tutto il decennio. Tutto però ebbe inizio all'Università di Berkeley dove nell'a.a. 1964-65 il *Free Speech Movement* iniziò le sue attività di protesta contro l'amministrazione dell'Università che voleva limitare all'interno del Campus le forme di attivismo politico da parte degli studenti. Tra il 1964 e il 1965 si erano moltiplicate le manifestazioni contro la guerra del Vietnam da parte degli studenti universitari, evidenziando fin da subito come il movimento studentesco si candidava ad essere l'attore principale del cambiamento.

Nel 1967 moriva Che Guevara, che insieme a Fidel Castro aveva guidato la rivoluzione cubana, un avvenimento che insieme alla rivoluzione cinese era destinato a ridefinire gli orizzonti politici della sinistra europea e ad influenzarne le idee. L'ascesa dei due paesi sulla scena mondiale aprì gli orizzonti della sinistra alle questioni del terzo mondo, trovando uno sbocco sul piano delle idee e della progettualità, che altrimenti rischiavano di esaurirsi nel rapporto unilaterale con l'Unione Sovietica.

La moda non poteva non registrare tali mutamenti e, come ogni rivoluzione, il Sessantotto ha prodotto un cambiamento delle forme esteriori dell'abbigliamento, dell'arredamento e del design destinato a influenzare le società nei decenni successivi. Le direttrici seguite dai fenomeni di moda vanno in due direzioni apparentemente contrapposte: da una parte si registra un ruolo attivo da parte delle subculture giovanili, che mirano ad abbattere tutti i codici simbolici borghesi;

¹ M. Flores, A. De Bernardi, *Il Sessantotto*, Bologna, Il Mulino, 2003, p. 36.

dall'altra la moda ufficiale, ha finito per essere investita da un cambiamento che ne ha ridefinito le forme stilistiche e il significato sociale. La moda ufficiale sarà infatti influenzata dal patrimonio simbolico elaborato dalle subculture, ricodificandolo a sua volta e svuotandolo di fatto della componente eversiva in esso contenuta.

L'aspetto che unisce manifestazioni così distanti tra loro è riconducibile al ruolo che le giovani generazioni e le subculture svolsero nelle vicende che hanno attraversato il decennio che va dalla fine degli anni '50 al 1968. Si tratta di un aspetto che è a sua volta il segnale di un mutamento ben più profondo che ha investito le società dall'inizio del Novecento e in maniera sempre più marcata a partire dal secondo dopoguerra: la comparsa dei giovani come generazione a se stante sulla scena sociale e politica. Il miglioramento delle condizioni generali di vita, il progressivo innalzamento dell'età scolare con un conseguente ritardo nell'entrata nel mondo del lavoro, la nascita dei mezzi di comunicazione di massa e di generi musicali nuovi, hanno reso possibile su piani diversi, il progressivo sganciamento dei giovani sia dall'infanzia che dal mondo adulto.

Le conseguenze di questo mutamento culturale sono state molteplici e hanno influenzato aspetti della vita sociale molto diversi tra loro, evidenziando la complessità e non di rado la contraddittorietà di molti fenomeni sociali contemporanei. Prima di tutto ne è scaturito un conflitto generazionale, che si è configurato come uno scontro tra la società degli adulti e quella dei giovani, che ha preso la forma di una contrapposizione tra la cultura dominante (*mainstream*) e le culture giovanili (*subculture*), caratterizzate dalla critica alla cultura borghese e ai suoi valori, alla società dei consumi e alla cultura di massa².

² Gli studi sulle subculture hanno trovato un punto di riferimento nella Scuola di Birmingham, fondatrice dei *Cultural Studies*, anche se non mancano i richiami alla Scuola di Chicago e alla Scuola di Francoforte. A questo proposito cfr. tra gli altri: D. Hebdige, *Subculture. The meaning of style*, London, Methuen&Co., 1979; trad. it. *Sottocultura. Il fascino di uno stile*

Il concetto di *subcultura* si riferisce a gruppi culturali minoritari, presenti all'interno di un contesto sociale, che intrattengono però un rapporto dialogico-antagonistico con la cultura dominante: da una parte la criticano e si oppongono ad essa, ma dall'altra ne hanno bisogno per esistere in quanto subculture. Pertanto, pur criticandola aspramente, in nome dell'autenticità del proprio modo di essere, finiscono per assorbirne i miti e i valori. La loro opposizione è infatti giocata sul piano delle apparenze e della spettacolarizzazione delle pratiche di vita quotidiana; essa passa attraverso un utilizzo sapiente, seppur ricontestualizzato, della sfera dei consumi che della società di massa è una delle manifestazioni più evidenti. Se confrontati con i modelli della società borghese i loro comportamenti appaiono vagamente *retro*, ispirati ad atteggiamenti *neo-dandy* che le porta ad enfatizzare la dimensione dell'esteriorità.

Tale aspetto ha influenzato anche il modo in cui è stato interpretato il rapporto tra le subculture e i fenomeni di moda. Le subculture sono infatti state viste come l'avamposto di una resistenza nei confronti della moda ufficiale, a vantaggio di una libertà interpretativa del soggetto che chiama in causa il rapporto tra moda e identità³, a sua volta legato, in maniera non di rado contraddittoria, alla dimensione del consumo e dello stile, che diventano gli strumenti privilegiati per l'espressione del proprio modo di essere.

Sul piano storico, le subculture non nacquero nel Sessantotto, ma in quel decennio raggiunsero una visibilità e una capacità di agire sulla scena sociale e politica, come non era mai avvenuto in passato. Le prime manifestazioni subculturali rimasero infatti circoscritte a subculture musicali legate alla nascita del jazz e dell'hip hop negli Stati Uniti (*zooties*, *hipster*) o agli ambienti della *working class* inglese (*teddy boys*) e dei *rockers* americani, seguaci di una musica rivoluzionaria, che sfi-

innaturale, Genova, Costa&Nolan, 1983; S. Thornton, *Club cultures. Music, media and subcultural capital*, Cambridge, Polity Press, 1995; trad. it. *Dai club ai rave. Musica, media e capital sottoculturale*, Milano, Feltrinelli, 1998.

³ A.M. Curcio, *La moda: identità negata*, Milano, FrancoAngeli, 1991.

dava la stessa morale borghese. Ciò che le accomuna fin dalle prime manifestazioni è la tendenza a esprimere il loro dissenso nei confronti della cultura dominante borghese attraverso espressioni estetiche, gusti musicali, appartenenze di gruppo, che raramente si traducono in modelli culturali alternativi.

Le subculture del Sessantotto sono figlie a loro volta della *beat generation*, dalla quale hanno ereditato la critica società dei consumi e ai suoi stili di vita. La divisa della *beat generation* – pantaloni *chinos*, felpe e camice a quadri – implica l'adozione di un codice vestimentario utilizzato per comunicare all'esterno, attraverso il rifiuto della moda, la propria autenticità e la distanza da tutto ciò che rappresenta le sovrastrutture del mondo contemporaneo. Nasce così il fenomeno dell'*antimoda* che ben presto diviene esso stesso una moda, destinata ad influenzare le scelte di stile delle subculture. Tale contraddizione emerge anche dalle pagine dell'opera che può essere considerata il manifesto della *beat generation*: *On the road* di Jack Kerouac (1951) nella quale il protagonista arriva al rifiuto stesso degli abiti, considerati il simbolo per eccellenza delle costrizioni borghesi. Il protagonista, in viaggio con i suoi amici negli sconfinati territori degli Stati Uniti a un certo punto si ferma e si rivolge ai suoi compagni di viaggio:

Prese il volante e attraversò volando quello che restava dello Stato del Texas, ottocento chilometri circa, dritto fino a El Paso, dove arrivò al crepuscolo senza fermarsi mai se non una volta per spogliarsi nudo, vicino a Ozona: saltò giù dalla macchina e si mise a saltare urlando tra i cespugli, senza uno straccio addosso. Le macchine sfrecciavano via senza vederlo. Alla fine tornò di corsa alla macchina e ripartì. “Ora, Sal, ora, Marylou, voglio che facciate anche voi come me, che vi togliate di dosso tutta quella roba... che senso hanno i vestiti? Ora fate come dico e mettete anche voi il pancino al sole. Avanti, su!” Stavamo andando verso ovest, verso il sole; entrava a fiotti dal parabrezza. “Scoprivetevi, avanti! Andiamo verso il sole.” Marylou ubbidì; io mi rilassai e la imitai”. (J. Kerouac, *Sulla strada*)

Paradossalmente, nelle opere di Kerouac non è raro trovare riferimenti all'abbigliamento e allo stile di vita dei personaggi che ostentano di fatto una presa di distanza dalla moda:

... capite tutta la faccenda è un mondo pieno di nomadi col sacco sulle spalle, Vagabondi del Dharma che si rifiutano di aderire alle generali richieste ch'essi consumino prodotti e perciò siano costretti a lavorare per ottenere il privilegio di consumare, tutte quelle schifezze che tanto nemmeno volevano veramente come frigoriferi, apparecchi televisivi, macchine, almeno macchine nuove ultimo modello, certe brillantine per capelli e deodoranti e generale robbaccia che una settimana dopo si finisce col vedere nell'immondezza, tutti prigionieri di un sistema di lavoro, produci, consuma, lavora, produci, consuma, ho negli occhi la visione di un'immensa rivoluzione di zaini migliaia o addirittura milioni di giovani americani che vanno in giro con uno zaino, che salgono sulle montagne per pregare, fanno ridere i bambini e rendono allegri i vecchi, fanno felici le ragazze e ancor più felici le vecchie, tutti Pazzi Zen che vanno in giro scrivendo poesie che per caso spuntano nella loro testa senza una ragione al mondo e inoltre essendo gentili nonché con certi strani imprevedibili gesti continuano a elargire visioni di una libertà eterna a ognuno e a tutte le creature viventi, ecco cosa mi piace di voi Goldbook e Smith, voi due ragazzi della East Coast che io ritenevo morta. (J. Kerouac, *I vagabondi del Dharma*)

...i tipici oggetti di Japhy che denunciavano la sua fede nella semplice vita monastica; niente sedie, nemmeno una sentimentale sedia a dondolo, ma solo stuoie di paglia. In un angolo c'era il suo famoso zaino con le pentole e i tegami puliti che entravano tutti uno dentro l'altro formando un insieme compatto e tutti legati e riposti dentro a un fazzoletto azzurro con le cocche annodate. Poi le sue scarpe giapponesi pata di legno, che non usava mai, e un paio di calzerotti neri pata da portar dentro casa per camminare leggero sulle sue belle stuoie di paglia, con appena lo spazio per le quattro dita del piede da una parte e l'alluce dall'altra (J. Kerouac, *I vagabondi del Dharma*).

A partire dalla *beat generation*, le subculture successive, in particolare la subcultura *hippy*, si porranno come gli epi-

goni di un percorso già delineato, portato avanti attraverso l'inversione dei codici simbolici: non più l'azzeramento di ogni forma-moda, ma la sua esasperazione attraverso un decorativismo estremo, che non rifugge gli eccessi, utilizzati per sovvertire l'ordine estetico borghese. Emergeranno quindi due tendenze diverse: da una parte, un minimalismo essenzialista, che trovò una notevole eco nel Sessantotto europeo, fino alle espressioni contemporanee del "Normcore style"; dall'altra un iperdecorativismo esasperato, eccentrico in ogni sua manifestazione che sfida il perbenismo borghese e la sua morale sessuale.

Un mutamento ulteriore introdotto dalle subculture ha investito la contrapposizione maschile/femminile nel rapporto con la moda. Si assiste infatti a un'inversione di rotta rispetto al "gran rifiuto" della moda da parte dell'uomo, avviato con la rivoluzione industriale, nel momento in cui i ragazzi al pari delle loro coetanee, sono protagonisti a pieno titolo dello stile subculturale⁴.

Nel Sessantotto, la subcultura che più delle altre si fece portatrice della rivoluzione culturale, fu la subcultura *hippy*, nata proprio all'interno delle università americane della *west coast* dove maturarono le prime manifestazioni di protesta⁵. Rispetto infatti alle subculture che l'hanno preceduta o ad essa contemporanee, quella *hippy* presenta una connotazione politica che le altre raramente hanno avuto o avranno in futuro, tanto da potersi configurare come controcultura⁶, capace non solo di mettere in discussione quella dominante, ma di proporre un'alternativa.

⁴ A. Castellani, *Vestire degeneri. Moda e culture giovanili*, Roma, Donzelli, 2010.

⁵ Il termine *hippy* per indicare la subcultura proviene dall'universo della musica jazz. Termini quali *hip*, *hip hop*, *hippy*, *hipster*, *beat*, *cool*, ricorrenti nel linguaggio degli *streetstyle*, trovano un'origine comune nelle varie correnti della musica jazz. T. Polhemus, *Streetstyle*, London, Thames and Hudson, 1994.

⁶ La "controcultura", al contrario della subcultura, è portatrice di un sistema valoriale contrapposto per l'affermazione del quale non esita ad assumere comportamenti rivoluzionari, atti a favorire il mutamento culturale.

Sul piano stilistico opera una sintesi rispetto a quanto stava accadendo oltre oceano nella *Swinging London*, mescolando queste influenze con elementi propri delle culture tradizionali provenienti dalle altre aree del mondo, con una vocazione terzomondista⁷.

In particolare furono le filosofie orientali ad influenzare la subcultura *hippy*. Nel 1968 i *Beatles* all'apice del loro successo, partirono per un viaggio in India, che li condurrà, insieme ad altri esponenti del mondo musicale e cinematografico dell'epoca, a trascorrere diversi mesi nell'ashram del Maharishi Mahesh Yogi per seguire un corso di meditazione trascendentale. L'avvenimento ebbe una notevole risonanza sui media, in particolar modo quando John Lennon e George Harrison lasciarono l'ashram improvvisamente senza che fossero mai chiarite le ragioni⁸.

In generale il tema del viaggio, sulla scia di *On the road*, era parte integrante della subcultura *hippy*, un'esperienza di vita che i giovani erano tenuti a fare. L' "hippie trail", il "sentiero degli hippie", divenne così una rotta che partiva dalle principali capitali del Nord Europa e attraverso Turchia, Iran, Afghanistan, Pakistan arrivava fino in India e Nepal. Erano viaggi a basso costo, che utilizzavano tutti i mezzi di trasporto, spesso l'autostop, a diretto contatto con le comunità locali delle quali si assumevano stili di vita e forme di abbigliamento. Dalle testimonianze di coloro che compivano il viaggio emerge chiaramente che non si considerassero turisti, ma viaggiatori alla ricerca di se stessi, senza vincoli di tempo e denaro. I "viaggi" non comportavano solo uno spostamento nello spazio, ma erano anche "viaggi artificiali", resi possibili dal ricorso frequente a sostanze stupefacenti: "abbattere le porte della percezione" divenne al pari del vagheggiamento di mondi lontani, il modo per mettere in

⁷ Per un'analisi del rapporto tra le diverse subculture cfr. T. Polhemus, *Streetstyle, London*, cit.

⁸ Al ritorno dal viaggio, uscì il singolo *Revolution*, scritta da John Lennon il quale, pur riconoscendo la sua vicinanza al movimento di protesta, ne rifiutava le derive violente, in linea con la sua nuova ideologia pacifista.

discussione la cultura dominante e rifiutare i valori borghesi, sulla scia dell'esperienza dei "poeti maledetti"⁹.

Il risultato finale di queste contaminazioni culturali fu sul piano estetico la fusione di elementi propri della cultura psichedelica, dai colori acidi e la grafica surreale, con abiti e accessori di origini etniche, come i caftani, le camice a fiori o di origine indiana, l'abbigliamento dei nativi americani (è frequente l'uso delle frange e delle piume), le collane di perline e i ciondoli, le fasce nei capelli e i cappelli a tesa larga, i sandali e gli stivali. Spesso si trattava di abiti fatti a mano con materiali naturali o comprati ai mercatini dell'usato, mescolati con gli onnipresenti jeans. Un'attenzione particolare è riservata al corpo, che poteva essere esibito sia dagli uomini che dalle donne, senza più tenere conto dei falsi pudori borghesi, attraverso ampie scollature, tessuti trasparenti, pantaloni a vita bassa che lasciano scoperto l'ombelico. I fiori, elemento decorativo che dà il nome a tutta la subcultura, appaiono ovunque: nelle fantasie dei tessuti, nelle ghirlande tra i capelli, nei gioielli, nella grafica.

Seppur permangono delle differenze nei codici vestimentari maschili e femminili, si afferma per la prima volta la moda *unisex*, segnale di una richiesta di intercambiabilità dei ruoli maschile e femminile all'interno della società e la cosiddetta "moda informale", che segna il rifiuto di codici sociali predefiniti, percepiti come non autentici. Ad essere messo in discussione è il significato sociale della moda con i suoi codici statutari, finalizzati alla rappresentazione simbolica della propria posizione sociale, reale o presunta. L'abito scuro, la cravatta, il filo di perle, ma anche l'abbinamento dei colori, l'equilibrio delle forme, la destinazione funzionale dell'abbigliamento in base alle occasioni (giorno, pomeriggio, sera) sono tutti elementi che in quegli anni saranno

⁹ A. Huxley, *The Doors of Perception*, London, Chatto and Windu, 1954; trad. it. *Le porte della percezione*, Milano, Mondadori, 1958. Il saggio pubblicato per la prima volta nel 1954 racconta le esperienze fatte dall'autore in seguito all'utilizzo della mescalina; dal suo titolo prenderà il nome il gruppo rock dei *Doors*.

messi in discussione, avviando un processo di ridefinizione dei canoni vestimentari che coinvolgerà nel tempo anche la moda ufficiale.

Fra tutti, due sono i tratti costanti che è possibile rinvenire: i capelli lunghi e l'uso del *jeans*. I primi furono percepiti come un attacco ai codici della società borghese che imponeva per gli uomini i capelli corti e per le donne i capelli raccolti. Il termine “capelloni”, declinato al maschile, finì per identificare un'intera generazione che, come sottolineato da Pasolini nell'articolo apparso sul *Corriere della Sera* del 7 gennaio 1973 con il titolo “Contro i capelli lunghi”, ha utilizzato un codice comunicativo alternativo rispetto al linguaggio. A proposito di due ragazzi seduti in silenzio nella hall di un albergo di Praga, Pasolini scrive: “Ciò che sostituiva il tradizionale linguaggio verbale, rendendolo superfluo – e trovando del resto immediata collocazione nell'ampio dominio dei “segni”, nell'ambito cioè della semiologia – era il *linguaggio dei loro capelli*”¹⁰. Cosa dicevano, si interroga Pasolini, prima di muovere nei loro confronti una critica tagliente, con la loro semplice presenza fisica?

Dicevano questo: “La società consumistica ci ha nauseati. Noi protestiamo in modo radicale. Cerchiamo un anticorpo a tale civiltà, attraverso il rifiuto. Tutto pareva andare per il meglio, eh? La nostra generazione doveva essere una generazione di integrati? Ed ecco invece come si mettono in realtà le cose. Noi opponiamo la follia a un destino di ‘executives’. Creiamo nuovi valori religiosi nell'entropia borghese, proprio nel momento in cui stava diventando perfettamente laica ed edonistica. Lo facciamo con un clamore e una violenza rivoluzionaria (violenza di non-violenti!) perché la nostra critica verso la società è totale e intransigente.

Sul piano dell'abbigliamento l'altro elemento ricorrente, erano i *jeans* che diventarono l'uniforme della protesta e sostituirono i pantaloni di velluto a coste nei codici vestimenta-

¹⁰ L'articolo è attualmente contenuto nella raccolta P. Pasolini, *Scritti corsari*, Milano, Garzanti, 2015 (1° ed. 1975).

ri della sinistra. Non è raro inoltre che capi d'abbigliamento provenienti dal mondo operaio fossero utilizzati dai manifestanti per sottolineare fin dall'abbigliamento una solidarietà con la classe operaia e le sue rivendicazioni.

I riferimenti culturali sono innumerevoli e spaziano dalla filosofia alla letteratura, dalla musica all'arte. Tra la fine degli anni cinquanta e la metà degli anni sessanta, Marcuse pubblica le sue opere più importanti: *Eros e civiltà* (1955), *L'uomo a una dimensione* (1964) e dal 1965 insegna all'Università di San Diego in California, divenendo uno degli autori di riferimento del movimento studentesco, al quale apporterà il contributo critico della Scuola di Francoforte. Muovendo dall'affermazione di Freud per cui "la civiltà è basata sulla repressione permanente degli istinti umani"¹¹, Marcuse si interroga se possa esistere una civiltà non repressiva, che superi la contrapposizione tra il principio del piacere e il principio di realtà, da Freud considerati inconciliabili. Il tema sarà ripreso ne *L'uomo a una dimensione*, dove si soffermerà su quella che definisce l'ideologia della società industriale avanzata della quale sottolinea, al di là dell'apparente razionalità, la dimensione profondamente irrazionale e ne smaschera le logiche di dominio¹². Scorrendo a distanza di anni le due opere appare evidente già dai titoli, come il richiamo alla fantasia, alla libertà, alla lotta tra Eros e Thanatos nelle società industriali avanzate riecheggiasse nelle parole e negli slogan urlati dal movimento studentesco.

In campo artistico sarà la *Pop Art* a denunciare la società dei consumi e i meccanismi alla base della logica seriale della produzione di massa, evidenziandone la capacità di trasformare tutto in merce, anche i movimenti di idee: è del 1968 l'omaggio di Andy Warhol a Che Guevara e del 1972 quello a Mao.

¹¹ H. Marcuse, *Eros and Civilisation. A Philosophical Inquiry into Freud*, Boston, Beacon Press, 1955; trad. it. *Eros e civiltà*, Torino Einaudi, 1968, p. 51.

¹² H. Marcuse, *One-dimensional Man. Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*, Boston, Beacon Press, 1964; trad. it. *L'uomo a una dimensione. L'ideologia della società industriale avanzata*, Torino, Einaudi, 1967.

Nel 1967 il rock-musical *Hair* celebra le vicende di un gruppo di attivisti politici contro la guerra del Vietnam; tra il 1967 e il 1969 i *Doors* pubblicano alcuni dei loro album più famosi; nell'agosto del 1969 in una località dello Stato di New York si tenne il festival di *Woodstock*, la più grande celebrazione artistica della subcultura *hippy* e dei suoi ideali: per tre giorni i maggiori gruppi rock del momento si alternarono sul palco – Jimmy Hendrix, Joan Baez, gli Who, Joe Cocker, solo per citare i più noti – dando vita al più grande concerto *live* della storia della musica rock.

È in questo contesto culturale che le élites dominanti, rappresentate dagli intellettuali newyorkesi ricchi e affermati della *East Coast*, inaugurarono una tendenza destinata a rimanere radicata negli ambienti della sinistra e resa immortale dal libro di Tom Wolf, *Radical Chic*¹³. Non era raro infatti trovare nei salotti “bene” rivoluzionari radicali, *hippy* psichedelici, Pantere Nere, attivisti dei diritti civili, esposti come elemento di attrazione. Come si legge nel libro:

È lì che nacque una tendenza, una moda, in quell'attimo di puro trionfo. Assolutamente straordinario che soltanto trenta minuti dopo ci sarebbe stato il Radical Chic ... Ma in quel momento il Radical Chic era la *nouvelle vague* suprema della Società newyorkese. C'erano voluti più di sei mesi per costruirlo. A quel punto aveva raggiunto le pagine di moda di 'Vogue' e stava per conquistare anche quelle di cucina. 'Vogue' aveva già pronta una rubrica dal titolo *Cibo Soul*.

Malgrado alcuni dei motivi ispiratori siano spesso comuni e le contaminazioni frequenti, il Sessantotto assunse forme diverse sulle due sponde dell'Atlantico. Nel Regno Unito la *Swinging London* divenne il punto di riferimento di un cambiamento culturale volto a prendere le distanze dalla struttura di classe della società inglese. I *mods* sostituirono i *teddy boys*, rispetto ai quali rivendicavano uno stile di vita più “moderno” e aperto al mondo. In questo contesto culturale

¹³ Apparso per la prima volta sul *New Yorker Magazine* nel 1970.

va in scena lo scontro simbolico tra i *Beatles* e i *Rolling Stones*: più vicini alla tradizione inglese i primi e maggiormente irriverenti e sovversivi i secondi, rappresenteranno insieme agli *Who* e alla mod-band degli *Small Faces* la colonna sonora della *Swinging London*. È qui che grazie all'estro creativo della stilista Mary Quant nasce un simbolo degli anni sessanta e della rivoluzione che ha investito il ruolo della donna nella società: la minigonna. Un capo di abbigliamento che esprime con giocosità la riappropriazione da parte delle donne della propria corporeità e sessualità, lontana dagli stereotipi imposti dall'universo maschile. Sono gli anni del femminismo radicale che porterà all'attenzione dell'opinione pubblica il dibattito sui tabù legati alla sessualità femminile, alla procreazione e alle strutture del dominio maschile sulla società, ivi compresa l'immagine della donna.

La minigonna è forse l'esempio più eclatante del processo di contaminazione tra le subculture e la moda ufficiale: nel 1968 Paco Rabanne, con una sfilata particolarmente innovativa, mandò in passerella mini abiti realizzati con dischi metallici uniti tra loro che lasciavano intravedere il corpo nudo; Yves Saint Laurent creò il *nude look*, proponendo abiti e camice di seta trasparente indossati senza reggiseno.

Nel maggio francese e nell'esperienza italiana è maggiormente evidente la dimensione politica legata alla struttura della società europea, dove il Sessantotto operò una congiuntura tra la protesta degli studenti e le rivendicazioni operaie. Ad essere messo in discussione non era solo un sistema di potere consolidato o il modello capitalista, ma l'assetto istituzionale della società: la famiglia, la Chiesa, la scuola e l'università furono messe sotto accusa in quanto istituzioni sociali, espressioni di valori tradizionali e orientate alla trasmissione di un modello di società ormai considerato obsoleto.

Le mode espresse in questi contesti assunsero forme meno estetizzanti rispetto alla subcultura *hippy* e a quella psichedelica. Gli elevati livelli di politicizzazione e la durezza dello scontro tra studenti e istituzioni, attribuiva infatti alle mode di quegli anni un riferimento più diretto alla militanza

politica, che le mantenne distanti da espressioni trasgressive ed estreme.

Il maggio francese fu caratterizzato dall'opposizione al regime del Generale De Gaulle e alla sua politica reazionaria e conservatrice, rispetto alla quale le manifestazioni furono caratterizzate dall'esplosione di un'effervescenza creativa che trovava applicazione nei numerosi slogan gridati nelle piazze: "Vietato vietare" (*Il est interdit d'interdire*), "Godetevela senza freni" (*Jouissez sans entraves*), "Corri compagno, il vecchio mondo ti sta dietro" (*Cours camarade, le vieux monde est derrière toi*).

Sul piano culturale, ha trovato un punto di riferimento nell'esistenzialismo che ne ha influenzato anche la dimensione estetica con la sua predilezione per il colore nero, i pullover a collo alto, l'assenza di elementi ornamentali, l'aria malinconica, non immune da atteggiamenti nichilisti, tutti elementi che da quel momento diverranno la divisa degli intellettuali di mezza Europa. Ma soprattutto fu molto forte l'influenza del situazionismo e del pensiero di Guy Debord e della sua *Société du spectacle*, che anticipa temi cari alla società dell'immagine¹⁴.

In Italia lo scontro politico fu molto accentuato e sarà proprio in quegli anni che emersero quelle differenze nella rappresentazione simbolica del potere politico, destinate a permanere fino ai nostri giorni. Anche qui la rivolta ebbe inizio con le occupazioni delle università: nel 1966 venne occupata la Facoltà di Sociologia di Trento; nello stesso anno al Liceo Parini di Milano scoppia lo scandalo legato alla pubblicazione di un articolo su *La zanzara*, il giornale studentesco, sulla sessualità degli studenti che portò all'arresto dei suoi redattori. Nel 1967 fu occupata a più riprese la Statale di Pisa, dove gli studenti barricati nel palazzo della Sapienza produssero il documento omonimo¹⁵, da più parti conside-

¹⁴ G. Debord, *La Société du spectacle*, Paris, Éditions Buchet-Chastel, 1967.

¹⁵ Il testo delle "Tesi della Sapienza" è stato ripubblicato in occasione del cinquantesimo anniversario del Sessantotto dall'Università di Pisa. <https://pisaeil68.unipi.it/images/tesidellasapienza.pdf> (consultato il 10.12.2019).

rato l'inizio delle proteste studentesche del Sessantotto. In quell'anno infatti, l'allora Ministro della Pubblica Istruzione Luigi Gui aveva presentato un progetto di riforma dell'Università (n. 2314) che non solo non recepiva nessuna delle richieste avanzate dagli studenti nel corso delle assemblee, ma ribadiva sul piano strutturale, le gerarchie del potere accademico. Le occupazioni andarono avanti a Torino, Milano, Roma, Napoli; a Roma il 1° marzo del 1968 è ricordato per la "battaglia di Valle Giulia", uno scontro tra studenti e forze dell'ordine, reso celebre dal commento di Pier Paolo Pasolini in difesa dei poliziotti¹⁶.

In Italia il movimento studentesco sarà caratterizzato da una forte componente ideologica, ruotante attorno alla contrapposizione destra/sinistra, una dicotomia che risentiva del passato storico recente, forse non sufficientemente analizzato nel dibattito pubblico. Il risultato sul piano estetico fu l'adozione di mode politiche volte a rappresentare simbolicamente le parti contrapposte, destinate ad influenzare i codici vestimentari degli stessi rappresentanti politici e degli intellettuali fino ai nostri giorni. Ancora oggi infatti alcuni capi d'abbigliamento sono utilizzati per identificare i due raggruppamenti politici: le Clarks (*desert boot*)¹⁷, l'eskimo¹⁸ e i jeans divennero infatti la divisa della sinistra. Si

¹⁶ "A Valle Giulia, ieri, si è così avuto un frammento di lotta di classe: e voi, cari (benché dalla parte della ragione) eravate i ricchi, mentre i poliziotti (che erano dalla parte del torto) erano i poveri. Bella vittoria, dunque, la vostra!" <http://temi.repubblica.it/espresso-il68/1968/06/16/il-pci-ai-giovani/?printpage=undefined> (consultato il 10.12.2019).

¹⁷ "Le Clarks erano state prodotte per i soldati inglesi nella campagna d'Africa e introdotte nel mercato negli anni '50. Alla fine degli anni '60 furono le preferite degli studenti universitari [...] I 'regolari' le sceglievano di camoscio chiaro o marrone; i 'dropouts' e i fuori dal coro blu, come Tiziano Sclavi, inventore di Dylan Dog, che le portava con le stringhe rosse". Cfr. G. Vergani (a cura di), *Dizionario della moda*, Milano, Baldini Castoldi Dali, 2003.

¹⁸ Si tratta di un giaccone impermeabile di colore verde militare, foderato di pelliccia sintetica, con il cappuccio. Nel 1978 il cantautore Francesco Guccini intitola così una delle sue canzoni: "Portavo allora un eskimo innocente dettato solo dalla povertà non era la rivolta permanente diciamo che non c'era e tanto fa".

tratta di capi facilmente reperibili a basso costo nei mercatini dell'usato militare o che guardano all'abbigliamento dei leader storici della rivoluzione cubana – il basco e la giacca di Che Guevara e Fidel Castro – e cinese quali la giacca con il collo alla coreana di Mao, in omaggio al quale si diffuse la tendenza negli ambienti della sinistra europea a girare con il “Libretto rosso” in tasca o a sventolarlo durante le manifestazioni. La subcultura politica di sinistra rivendicava, sulla scia della *beat generation* e dell'esistenzialismo francese, il rifiuto di ogni elemento superficiale, e ostentava il ricorso a capi che segnalavano una militanza politica attiva, con una forte connotazione conflittuale¹⁹.

La destra al contrario, si identifica con uno stile che prende a modello quello dei *mods* inglesi, che non rifiuta gli elementi moda – pantaloni a sigaretta, giacche di pelle, occhiali da sole – secondo la miglior tradizione dei “figli della borghesia”²⁰. È una contrapposizione giocata su una simbologia condivisa, ma anche su stereotipi consolidati nella cultura italiana, come ironicamente ricorda la canzone di Giorgio Gaber *Destra-Sinistra* (1995-1996).

Come per ogni rivoluzione i critici e gli osservatori si sono a lungo interrogati in merito al lascito del Sessantotto²¹. Sicuramente la rivoluzione culturale ha intercettato un'esigenza latente di cambiamento che stentava a trovare modalità di espressione. In particolare ad essere messo in discussione era il principio di autorità che attribuiva alle istituzioni preposte alla formazione – scuola e università – il compito di trasmettere la conoscenza attraverso modelli educativi ritenuti obsoleti. La parola d'ordine dentro le università era “autoge-

¹⁹ U. Munzi, “Quando vestivamo all'esistenzialista”, *Corriere della Sera*, 23 aprile 1994.

²⁰ M. Sarfatti, “Vestiti di destra, abiti di sinistra” in *7Corriere del Sera*, 18 maggio 2018.

²¹ P. Pombeni, *Che cosa resta del '68*, Bologna, Il Mulino, 2018; N. Balestrini, P. Morone, *L'orda d'oro: 1968-1977*, Milano, Feltrinelli, 1988; R. Rossanda, *L'anno degli studenti*, Bari, De Donato, 1968; M. Capanna, *Formidabili quegli anni*, Milano, Rizzoli, 1988; M. Capanna, *Il Sessantotto al futuro*, Milano, Garzanti, 2008.

stione”, vale a dire l’organizzazione da parte degli studenti di corsi e seminari ritenuti di loro interesse, in aperta critica con i programmi istituzionali imposti dagli Atenei. Si avviò così in quegli anni un processo di delegittimazione di tutte le istituzioni, che uscirono distrutte dal Sessantotto, rispetto al quale non si verificò un processo inverso di riorganizzazione della vita sociale e politica a partire da altri modelli. Dal punto di vista sociale, il Sessantotto ha aperto la strada alla successiva fase di individualizzazione estrema e di ritiro nel privato le cui conseguenze caratterizzano ancora le società contemporanee²².

La moda ha registrato questa effervescenza sociale con gli strumenti che le sono propri, sovvertendo stili e significati consolidati, evidenziando così un’esigenza di mutamento sociale, che avrebbe impiegato ancora diversi anni per imporsi all’interno della società. Mutamenti di lungo periodo che in alcuni casi sono ancora in corso, basti pensare al ruolo della donna nella società, ma che sul momento andavano segnalati con la rapidità e la forza d’impatto che solo manifestazioni esteriori quali la moda possono offrire.

Non mancano le critiche da parte di coloro che hanno accusato il Sessantotto di essere stato una rivoluzione guidata dalle élites che dentro e fuori le università hanno mosso i fili della contestazione e da giovani piccolo-borghesi, spesso incuranti del coinvolgimento del resto della società e della praticabilità delle proposte avanzate²³.

Il seguito degli avvenimenti è ormai storia. Il 12 dicembre 1969 in Italia ebbe luogo la strage alla Banca Nazionale dell’Agricoltura a Milano, nella quale persero la vita 17 persone. L’attentato di matrice neofascista, aprì la strada agli “anni di piombo” caratterizzati da una radicalizzazione estrema dello scontro politico, che culminerà dieci anni dopo con il sequestro e l’assassinio di Aldo Moro. Nel Regno Unito nel

²² R. Sennett, *The fall of public man*, New York, Knopf, 1977; trad. it. *Il declino dell’uomo pubblico*, Milano, Bruno Mondadori, 1987.

²³ In Italia il referendum sul divorzio (1974) e quello sull’aborto (1981) e il dibattito che ne è derivato sono forse il lascito più rilevante del Sessantotto.

1975 Margareth Thatcher assunse la leadership del Partito Conservatore e nel 1979 divenne Primo Ministro, inaugurando la stagione più dura di riforme economiche che il paese abbia mai registrato. In Francia la morte del Generale De Gaulle nel 1970 segnò la fine di un'epoca contrassegnata dal processo di decolonizzazione e dalle riforme istituzionali. Nel 1975, con la caduta di Saigon, ebbe termine la guerra del Vietnam, dieci anni dopo le prime manifestazioni studentesche contro un conflitto che aveva segnato il destino di una generazione di giovani americani e non solo.

Capitolo ottavo
La moda e la politica *postideologica*

Quando nel 1960 Daniel Bell pubblicò il libro *The End of Ideology* forse non immaginava che quel titolo avrebbe assunto un che di profetico: annunciava una fase di cambiamento che avrebbe influenzato la stessa rappresentazione simbolica del potere e il rapporto tra moda e politica¹. Le grandi ideologie del Novecento hanno infatti costituito un potente strumento simbolico e comunicativo al tempo stesso, capace di mettere in moto processi di identificazione individuale e collettiva che difficilmente sarebbero stati sostituiti.

Il Novecento ha presentato due diversi campi di applicazione del potere ideologico, tra loro contrapposti: i regimi totalitari e le moderne democrazie rappresentative. Non ci occuperemo in maniera specifica dei primi, anche se non molto è stato scritto sul rapporto tra moda e politica in quei contesti². I regimi totalitari infatti, in quanto portatori di una visione onnicomprensiva della società, aspiravano alla ricostruzione di un uomo nuovo che fosse espressione in ogni manifestazione della sua esistenza dell'ideologia totalizzante alla base del regime. Ogni sistema di differenze legato al

¹ D. Bell, *The End of Ideology. On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties*, Glencoe, Free Press, 1960; trad. it. *La fine dell'ideologia. Il declino delle idee politiche dagli anni Cinquanta ad oggi*, Milano, Sugar, 1991.

² I. Guenther, *Fashion Women in the Third Reich*, Oxford, Berg, 2004; S. Gnoli, *Eleganza fascista. La moda dagli anni Venti alla fine della guerra*, Roma, Carocci, 2017.

precedente ordine della società doveva pertanto essere eliminato, così come dovevano essere sradicati i segni distintivi legati alle singole individualità.

La divisa, resa obbligatoria nelle occasioni ufficiali, fu spesso la soluzione adottata per fare fronte alle esigenze del regime. Non mancò il richiamo ad elementi stilistici nazionali, quali i costumi tradizionali o ereditati dal passato, come il recupero dell'impero romano da parte dell'estetica fascista e l'applicazione sul piano industriale dei principi dell'autarchia. Molto diffuso era il ricorso alla simbologia, sia nei colori che negli elementi decorativi, spesso legata a un passato mitico dal quale l'ideologia traeva i suoi elementi ispiratori.

Più complesso invece è il rapporto tra moda e politica all'interno delle moderne democrazie rappresentative ed il suo utilizzo ai fini di una rappresentazione simbolica del potere. Da una parte infatti, in virtù del comune riferimento alla libertà di espressione, la democrazia sembrerebbe costituire il terreno adatto alla fioritura della moda. Dall'altra, il riferimento costante al ruolo che le istituzioni politiche svolgono nel rappresentare la volontà dei cittadini così come espressa attraverso libere elezioni, costringe la moda a fare un passo indietro e ad adattarsi ad un *dress code* istituzionale che non la prevede, se non come elemento di disturbo. La moda mutevole e legata alle manifestazioni della superficie, mal si addice ad un contesto politico che fa della scelta volontaria di una proposta politica uno dei suoi elementi fondanti.

C'è però un fattore che costituisce parte integrante della moderna concezione della politica e che la rende permeabile alla moda, vale a dire la lotta per il potere tra fazioni contrapposte, le cui diverse visioni del mondo devono ricevere un'adeguata rappresentazione simbolica per essere riconoscibili sul mercato elettorale. Da questo punto di vista, le moderne democrazie sono figlie di quel patrimonio simbolico elaborato a partire dalle rivoluzioni americana e francese e andato via via arricchendosi nei decenni successivi a seguito dell'accresciuto pluralismo politico. In questo contesto le ideologie hanno contribuito a definire gli spazi politici, gli universi

valoriali di riferimento, riducendo al minimo il ricorso ad elementi simbolici, al punto che per certi aspetti è possibile affermare che quanto più l'ideologia ha mantenuto il suo potere vincolante sulla società, tanto meno si è reso necessario il ricorso ad elementi stilistici che la sottolineassero.

Se prendiamo ad esempio il caso italiano e confrontiamo tra loro le tante immagini di repertorio dei leader storici del Partito Comunista, della Democrazia Cristiana e del Partito Socialista all'indomani del secondo dopoguerra, non emergono differenze sostanziali nelle forme del loro abbigliamento: Palmiro Togliatti, Alcide De Gasperi, Pietro Nenni, Sandro Pertini, Luigi Einaudi, solo per citarne alcuni, sono accomunati dalla sobrietà del loro abbigliamento, a volte accompagnata da piccoli vezzi stilistici quali il doppiopetto e la pochette nel taschino, che denotava il comune richiamo al senso delle istituzioni democratiche che rappresentavano. Gli uomini e le donne eletti all'Assemblea Costituente erano caratterizzati da comuni riferimenti stilistici che non consentivano una specifica identificazione politica, la cui connotazione, semmai era lasciata agli esponenti della base dei partiti, espressione di una militanza più ideologicamente orientata. Lo stesso discorso può essere declinato al femminile. A partire dalle 21 donne elette all'Assemblea Costituente fino alle immagini di repertorio che ritraggono insieme Nilde Iotti e Tina Anselmi, non emergono differenze sostanziali nei loro codici vestimentari, pur provenendo da partiti politici all'opposizione.

Nell'epoca dei grandi partiti di massa è l'ideologia a costituire il principale strumento di rappresentazione simbolica del potere, funzionale sia alla rappresentanza istituzionale che al confronto fra le parti. La centralità che il linguaggio, scritto e parlato, aveva nella prassi politica sposta l'attenzione su aspetti simbolici tradizionali, quali stemmi, bandiere, colori, inni, propri di una retorica politica che mescola al suo interno tradizione e rinnovamento, senza alterare gli schemi di riferimento di una società dilaniata dalla guerra e ansiosa di superare le asperità dello scontro politico.

I grandi cambiamenti che di lì a pochi anni interverranno a ridefinire gli scenari politici renderanno necessario il ritorno ad una rappresentazione simbolica del potere più articolata e maggiormente in grado di assecondare i livelli crescenti di complessità delle società contemporanee.

Il primo grande cambiamento che segnò la storia del Novecento si è prodotto nel campo dei mezzi di comunicazione con l'avvento della televisione. Nel 1936 nel Regno Unito nasce la BBC e nel 1939 la NBC iniziò a trasmettere regolarmente negli Stati Uniti; in Europa, nel 1936 le Olimpiadi di Berlino furono il primo avvenimento trasmesso dalla televisione; nel 1954 la televisione fa il suo ingresso ufficiale nelle case degli italiani.

L'avvento della televisione ha mutato lo scenario della rappresentazione simbolica del potere. Grazie alla visibilità che il nuovo mezzo è in grado di garantire, il potere esce dalle stanze delle istituzioni ed entra nella vita quotidiana dei cittadini; la politica perde l'aura di sacralità che l'aveva contraddistinta e si mescola alle altre sfere dell'agire quotidiano, assorbendone stili e linguaggi comunicativi, secondo le regole della società di massa.

La fase di passaggio è rappresentata dagli avvenimenti degli anni Sessanta, culminati nel Sessantotto: la *società dello spettacolo*, teorizzata da Guy Debord, si materializzava nelle strade delle capitali del mondo occidentale e assumeva un significato politico³.

Nel bel mezzo di un decennio contraddistinto dalla rivoluzione culturale e dalla contestazione dei giovani, Otto Kirchheimer teorizzò il modello del *catch-all party*, ovvero un modello di partito che, rispetto al partito di massa, presentava caratteristiche nuove sia sul piano dell'organizzazione interna che del rapporto con la base⁴. Non è possibile in questa sede analizzare l'ampio dibattito che è sorto attorno al

³ Cfr. il capitolo quinto di questo libro.

⁴ O. Kirchheimer, *The Transformation of the Western European Party Systems* in La Palombara, M. Weiner (eds.), *Political Parties and Political Development*, Princeton, Princeton University Press, 1966, pp. 177-200.

modello del *catch-all party* e le sue successive rielaborazioni. È però importante sottolineare che alcune delle caratteristiche individuate da Kirchheimer assunsero una certa rilevanza anche ai fini della successiva rappresentazione simbolica del potere politico: l'indebolimento della dimensione ideologica (se non addirittura una presa di distanza da essa), il ridimensionamento del ruolo dei militanti e la riduzione del riferimento a una specifica classe sociale sono caratteristiche che da sole ridefiniscono lo spazio d'azione della politica e dei partiti politici all'interno delle democrazie rappresentative.

Il processo di lungo periodo che ha caratterizzato le democrazie occidentali, non ha mancato di produrre i suoi effetti sul rapporto tra moda e politica. Estromessa dalla politica in quanto non ritenuta adeguata alla rappresentazione simbolica del potere istituzionale, la moda viene riabilitata e ampiamente utilizzata proprio perché in grado di sottolineare quelle differenze che altrimenti non avrebbero più trovato altre modalità di espressione. Lo scontro politico si radicalizza proprio nel momento in cui l'ideologia andava perdendo la sua capacità di agire come strumento di identificazione, ridimensionata dai partiti in vista dell'ampliamento dell'offerta politica.

A partire dagli anni Sessanta e più marcatamente negli anni Settanta la politica farà ampio ricorso alla moda e ricorrerà a tutti gli strumenti comunicativi messi a disposizione dalla società di massa e dalla società dei consumi, delle quali assorbirà i miti e le retoriche. La complessità e i crescenti livelli di frammentazione delle società contemporanee difficilmente possono essere ridotti ad una visione ideologica delle società che al contrario si smaterializza nella sua unitarietà, frammentandosi in molteplici visioni del mondo e universi valoriali. Il femminismo, l'ambientalismo, i diritti civili irrompono sulla scena politica, contribuendo ad ampliare gli orizzonti del pluralismo politico che caratterizza le società contemporanee, all'interno delle quali il conflitto di classe è ormai solo uno dei conflitti che definiscono lo spazio politico.

Sul piano internazionale, le crisi petrolifere degli anni Settanta costrinsero il mondo occidentale a confrontarsi con le sue debolezze strutturali e resero evidente l'ascesa sulla scena mondiale dei cosiddetti paesi in via di sviluppo. Nel 1979 la rivoluzione iraniana, con la conseguente nascita della Repubblica islamica ridefinirono i rapporti tra Occidente e resto del mondo, aprendo la strada al recupero del ruolo della cultura e della religione nei fenomeni politici. L'Europa, con l'avvio del processo di decolonizzazione, si riscoprì provincia del mondo e fu costretta a fare i conti con il suo passato⁵.

Nel 1989 la caduta del Muro di Berlino segnò uno spartiacque nella politica contemporanea: il cambiamento evocato da Bell si materializzava nel crollo di un muro che aveva diviso il mondo occidentale e non solo negli anni della Guerra fredda. A partire da quell'avvenimento si misero in moto una serie di processi che ancora oggi stentano a ricomporsi in un nuovo ordine mondiale e che denotano la crescente complessità dei fenomeni politici contemporanei.

In questo contesto, l'azione congiunta della mediatizzazione della politica e del processo di lungo periodo di deideologizzazione dei partiti ha prodotto una ridefinizione degli scenari all'interno dei quali avviene la rappresentazione simbolica del potere. Contrariamente a quanto previsto da Kirchheimer, non si è prodotta una standardizzazione dell'offerta politica, ma la sua frammentazione estrema in una serie di partiti le cui posizioni, private di una visione ideologica, stentano ad essere identificabili. È in questo contesto che la moda torna ad essere funzionale ad una rappresentazione simbolica del potere, costretta a fare i conti con gli altri poteri, primi fra tutti quello economico e mediatico.

La moda mette in scena i processi di frammentazione che caratterizzano le società contemporanee, il politeismo dei va-

⁵ D. Chakrabarty, *Provincializing Europe: Postcolonial Thought and Historical Difference*, Princeton, Princeton University Press, 2000; trad. it. *Provincializzare l'Europa*, Roma, Meltemi, 2004.

lori che le contraddistingue, smaterializzandosi a sua volta in una serie di pratiche che mescolano al loro interno in maniera spesso contraddittoria e incoerente, la molteplicità degli stili di vita contemporanei. Il patrimonio simbolico ereditato dal passato e dalle esperienze delle subculture degli anni Sessanta e Settanta, è saccheggiato e rielaborato secondo i canoni dell'estetica postmoderna in un *mélange* all'interno del quale le immagini si mescolano fino quasi a sovrapporsi e le diverse sfere dell'agire si contaminano quotidianamente, condividendo stili comunicativi e apparati simbolici.

È il "tempo delle tribù", dove le appartenenze non si costruiscono più a partire da progetti comuni o idee di società, ma dalla condivisione di emozioni⁶. Se da una parte il tribalismo si presenta come la forma estrema assunta dalla società di massa, dall'altra prende da essa le distanze, presentandosi come una forma del tutto nuova di legame sociale. A questo proposito Maffesoli afferma che

la massa, o il popolo, a differenza del proletariato o di altre classi, non si fondano su una logica di identità; senza scopo preciso, essi non sono i soggetti di una storia in cammino. La metafora della tribù consente di rilevare il processo di 'disindividualizzazione', la saturazione della *funzione* intrinseca all'individuo e l'accentuazione del ruolo che ogni persona (lat. *persona*) in se stessa è chiamata a svolgere⁷.

Si tratta dell'affermazione di una nuova esperienza etica, fondamentalmente empatica e prossemica, una vera e propria "comunità delle emozioni" che Maffesoli definisce appunto attraverso i termini di tribù e tribalismo:

una tale pulsione comunitaria si ritrova in quello che ho chiamato il tribalismo postmoderno, i cui effetti si fanno sentire tanto nelle effervescenze giovanili, quanto nella moltiplicazione

⁶ M. Maffesoli, *Le temps des tribus. Le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*, Paris, Rééd, 1988; trad. it. *Il tempo delle tribù. Il declino dell'individuo*, Roma, Armando, 1988, p. 32-33.

⁷ Ivi, p. 14.

delle aggregazioni che si elaborano a partire dai gusti sessuali, culturali, religiosi, o anche politici. Aggregazioni che non devono più nulla a una programmazione razionale, ma poggiano piuttosto sul desiderio di essere con il simile, salvo per questo escludere il differente⁸.

La condivisione delle emozioni si pone così alla base del legame sociale, conferendo ad esso tutta la forza che solo le emozioni sanno dare all'agire, ma trasferendogli anche l'instabilità estrema che per definizione le caratterizza. L'estetizzazione dei legami sociali, favorisce infatti una forma di *nomadismo* che porta l'individuo ad errare da una tribù all'altra, condividendo uno stesso spazio *fisico*, che raramente si traduce in uno spazio *sociale* nel senso pieno del termine: nulla vieta infatti che, venute meno le condizioni che hanno generato tale condivisione, si è liberi di cercare altrove, altri luoghi e altre "tribù" con le quali rinnovare l'esperienza, senza vincoli di continuità con quella precedente.

Il *nomadismo* postmoderno è rinvenibile nella molteplicità, dei modi di essere e di apparire, che caratterizza gli uomini e le donne contemporanei e che li porta di volta in volta a inseguire un percorso autonomo, che esuli da ogni canone predefinito. "L'erranza, oltre al suo aspetto fondatore di qualsiasi insieme sociale, traduce bene la pluralità della persona e la duplicità dell'esistenza. E, allo stesso modo, esprime la rivolta, violenta o discreta, contro l'ordine stabilito"⁹.

Nelle pratiche culturali, religiose, politiche, il *nomadismo* dà vita ad una contaminazione in chiave sincretica di linguaggi, stili, codici, portando a compimento il rifiuto del principio di autorità, iniziato con il Sessantotto e che conduce a sua volta al ripudio di ogni percorso – culturale, politico, religioso, esistenziale – che sia in qualche modo definito a

⁸ M. Maffesoli, *La contemplation du monde*, Paris, Grasset, 1993; trad. it. *La contemplazione del mondo. Figure dello stile comunitario*, Genova, Costa&Nolan, 1996, p. 43.

⁹ M. Maffesoli, *Du nomadisme. Vagabondages initiatiques*, Paris, Librairie Générale Française, 1997; trad. it. *Del nomadismo*, Milano, FrancoAngeli, 2000, p. 34.

priori da istituzioni che si ergono a garanti del processo di socializzazione. Il rifiuto del principio di autorità si traduce infatti nella rivendicazione da parte del soggetto del diritto a costruirsi un percorso esistenziale autonomo, mescolando insieme esperienze spesso difficilmente conciliabili tra loro.

I mutamenti in atto non potevano non produrre i loro effetti sulla concezione moderna della politica che è per eccellenza una delle istituzioni della modernità. La politica e con essa la democrazia, appartiene all'ordine della razionalità ed entrambe sono il prodotto del volontarismo politico proprio del progetto della modernità.

Al contrario, è la folla (o il popolo) a dominare la scena della politica postmoderna: “rifiutando la logica dell'identità, che trasforma il popolo in proletariato (in “soggetto” della Storia), la folla può essere, in modo sequenziale o contemporaneo, folla di “buoi” o folla in rivolta, folla razzista o folla piena di generosità, folla illusa o folla tortuosamente astuta”¹⁰.

La democrazia stessa, in quanto prodotto della modernità, viene ad essere investita da questo processo:

l'individualismo, la ragione strumentale, l'onnipotenza della tecnica e il ‘tutto economico’ non suscitano più l'adesione di un tempo, non funzionano più come miti fondatori o come scopi da raggiungere. Detto altrimenti, l'ideale democratico è saturo, sta per essere rimpiazzato da quello che si può chiamare l'ideale comunitario¹¹.

Le conseguenze di tale processo di trasfigurazione del politico si collocano a vari livelli e sono suscettibili di diverse

¹⁰ Ivi, p. 58.

¹¹ M. Maffesoli, *La contemplazione del mondo*, cit., p. 17. L'autore continua affermando che “in questo stile di vita, estetico o mitico, che sia, c'è un atteggiamento alternativo al politico. Non è più il mito dell'emancipazione elaborato nel corso della modernità a prevalere – mito all'origine dell'ideale democratico – ma un'altra maniera di stare-insieme in cui il consenso, più vicino alla sua etimologia (*cum sensualis*), è più affettivo, emozionale, che razionale”, ivi, p. 56.

interpretazioni a partire da quella che è stata definita la politica postmoderna.

Il superamento delle grandi contrapposizioni ideologiche, non di rado interpretato come incoerenza e tradimento verso le proprie tradizioni politiche o come un'eccessiva disponibilità al compromesso, investe gli stessi leader politici che sono chiamati a confrontarsi con il fatto che non hanno più un elettorato di riferimento, sostituito da una realtà composita, i cui interessi sono difficilmente sintetizzabili in formule politiche tradizionali.

La frammentazione dell'azione politica in una molteplicità di interessi particolaristici, degenera in fenomeni di massa legati alla sensibilità del momento e alle sollecitazioni mediatiche, impossibili da ricondurre all'interno di un progetto unitario¹². È questo l'aspetto maggiormente "visibile" e che coinvolge sia i cittadini elettori che i leader politici: i primi sotto la spinta dei messaggi massmediali finiscono per esprimere un consenso mediato, frutto di un'alterazione della realtà; i secondi, per le stesse ragioni, sono spesso costretti a cavalcare l'onda dell'emergenza. Entrambi si scontrano con il dato di fatto che spesso sono i media a dettare l'agenda politica, con tutto ciò che ne consegue in termini di progettualità politica e di visione del futuro. Come afferma Mazzoleni, si assiste alla progressiva *mediatizzazione* della politica, vale a dire quel "processo che riguarda l'arena pubblica nella quale vengono importate e adottate dagli attori politici logiche mediatiche che possono venire a conflitto con le logiche proprie dell'agire politico, ma che hanno finito per condizionare la scena e spesso anche il retroscena della vita pubblica"¹³.

¹² Cfr a questo proposito l'intervista a M. Maffesoli, "La politica emotiva della nuova tribù" in *La Repubblica*, venerdì 8 giugno 2007.

¹³ G. Mazzoleni, *La comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino, 2012, p. 54. La *mediatizzazione* indica *l'insieme degli effetti empiricamente osservabili prodotti dai media sul sistema politico* che a loro volta si dividono in effetti mediatici (*spettacolarizzazione, costruzione dell'agenda politica, frammentazione dell'informazione politica*) ed effetti politici (*personalizzazione, leaderizzazione, selezione delle élite politiche*), *ivi*, p. 56.

La prima conseguenza di tali processi è il recupero del ruolo del corpo nella politica. Relegato in secondo piano da una visione razionale della politica, il corpo torna ad essere centrale sia nella sua fisicità che come superficie sulla quale inscrivere i segni dei mutamenti in atto. Esso è infatti per eccellenza la sede delle emozioni, sottoposto a rigide forme di controllo nel corso della modernità, che spesso lo hanno ridisegnato a partire da un ideale religioso, politico, sottoponendolo a rituali imposti dalle diverse forme di controllo sociale, ritrova ora la sua fisicità.

L'azione dei mezzi di comunicazione, televisione e nuovi media in particolare, non è estranea a tale percorso. A partire dall'ormai famoso duello televisivo Kennedy/Nixon della campagna presidenziale americana del 1960, il corpo del leader assume una visibilità che deve essere in qualche modo gestita. Come sottolinea Boni, tale recupero non va nella direzione di un ritorno alla sacralità del corpo del *leader*, ma al contrario porta a compimento il processo di desacralizzazione della politica¹⁴. In termini goffmaniani, è il retroscena che viene alla ribalta, facendo del corpo uno strumento di comunicazione non verbale, sottoposto allo scrutinio continuo da parte del pubblico, che lo utilizza per varcare i confini tra la dimensione pubblica e privata: ogni gesto, ogni debolezza, ogni particolare è vagliato attentamente alla ricerca di un'intimità con il leader, che rimaneva estranea alla rappresentazione moderna del potere.

È negli anni Novanta che tale processo subisce un'accelerazione, alla quale non rimane estraneo nemmeno il più "sacro" dei poteri, quello religioso che, al contrario, grazie all'azione degli ultimi pontefici (Giovanni Paolo II e Francesco), ha fornito un contributo importante ad un percorso che aveva già coinvolto la politica. In Italia la discesa in campo di Silvio Berlusconi ha rappresentato sul fronte politico, il completamento di questo processo. Il suo uso strategico dei

¹⁴ F. Boni, *Il corpo mediale del leader. Ritualità del potere e sacralità del corpo nell'epoca della comunicazione globale*, Roma, Meltemi, 2002.

mezzi di comunicazione, lo ha portato ad accentuare la centralità del corpo nella rappresentazione mediatica del *leader*, secondo gli strumenti più sofisticati messi a disposizione dalla comunicazione di massa¹⁵.

Un'altra conseguenza dell'avvento della politica *postideologica* è legata ad una contraddizione di fondo, data dal fatto che la libertà d'azione del soggetto rispetto ai modelli predefiniti resa possibile dal dispiegarsi delle emozioni, si traduce nel suo contrario, vale a dire nella ricerca di appartenenze forti, capaci di porre un argine agli elevati livelli di frammentazione che caratterizzano le società contemporanee. È un processo che si pone in maniera ambivalente nei confronti degli immaginari sociali contemporanei, dei quali al contrario esprime la profonda complessità. Il comunitarismo, l'emozionalismo diffuso, alimentano un processo che trova riscontro nelle forme del populismo contemporaneo, che al tempo stesso ambiscono a rappresentare il principale baluardo nei confronti del loro dilagare. Facendo leva sulle paure dell'uomo e sul suo bisogno di protezione, da quella economica a quella identitaria, il populismo soddisfa un'esigenza di appartenenza forte, non di rado a base etnico-nazionalistica, secondo alcuni non immune da componenti regressive che, a ben vedere, colmano il vuoto lasciato dalle ideologie e solo parzialmente coperto dal cosmopolitismo illuminista che contraddistingue i processi politici globali.

Il populismo costituisce pertanto uno strumento interessante per analizzare il rapporto tra la politica *postideologica* e la rappresentazione simbolica del potere; il ricco dibattito che ne è derivato ha solo marginalmente toccato gli aspetti simbolici e comunicativi. Il populismo infatti sovverte il rapporto verticale tra governanti e governati, a vantaggio di un processo di identificazione immediata del popolo con il leader¹⁶. Esso comporta un processo di *personalizzazione* del

¹⁵ F. Boni, *Il Superleader. Fenomenologia mediatica di Silvio Berlusconi*, Milano, Meltemi, 2008.

¹⁶ Cfr. tra gli altri: N. Urbinati, *Io, il popolo. Come il populismo trasforma la democrazia*, Bologna, Il Mulino, 2020.

potere, che di fatto declassa le istituzioni rappresentative a un ruolo secondario. Il “senso delle istituzioni” è estraneo alle strategie discorsive populiste: le istituzioni e le élites che le rappresentano costituiscono infatti *il* problema, l’ostacolo da superare per riportare il potere nelle mani del popolo.

Tale mutamento deve essere rappresentato sul piano simbolico attraverso un duplice processo che da una parte va nella direzione di una ripersonalizzazione del potere e dall’altra tende all’eliminazione di ogni forma di intermediazione. L’orizzontalità che è alla base della retorica populista impedisce di fatto ogni forma di identificazione ascensionale in qualcuno che, per esperienza, competenza, prestigio, è al di sopra del popolo, a vantaggio di un processo di identificazione in qualcuno che è al suo stesso livello, se non a un livello inferiore. Il *leader* deve essere uno del popolo, che parla il suo linguaggio, ne adotta gli stili di vita e comunicativi, i codici vestimentari; in una scala ideale che va dalla dimensione istituzionale a quella del popolo, il leader populista è decisamente spostato verso quest’ultimo, giocando una partita individuale, che prescinde dagli stessi apparati di partito¹⁷.

La moda è intervenuta anche in questo caso a dare forma visibile ai mutamenti in atto, secondo alcune direttrici apparentemente contrapposte tra loro. Da una parte ha recuperato il ruolo che aveva perduto nella rappresentazione simbolica del potere; dall’altra ha fornito gli abiti di scena per la rappresentazione quotidiana di un potere ormai mediaticizzato e desacralizzato, nella sua ricerca di un consenso politico facile e immediato.

Nel primo caso, la moda torna prepotentemente nelle stanze del potere, dalle quali era stata estromessa in nome del rispetto dovuto alle istituzioni rappresentative, a segnalare una fase di rinnovamento, presunta o reale. Non mancano gli esempi sia sul fronte maschile che femminile. Il processo di “rottamazione” avviato dal segretario del Partito democra-

¹⁷ N. Barile, *Politica a bassa fedeltà: nuovi populismi, tradimento dell’eletturato e comunicazione digitale dei leader*, Milano, Mondadori, 2019.

tico Matteo Renzi in Italia non ha mancato di servirsi della moda per segnalare l'avvento di una classe politica nuova, giovane, non compromessa con la passata gestione politica, al tempo stesso lontana da estremismi percepiti come pericolosi ai fini del consenso elettorale. Lo stesso Renzi indossa spesso un completo scuro, ma nella versione *slim fit*, maggiormente aderente al corpo e con i pantaloni che lasciano scoperto il collo del piede¹⁸. Nel ruolo di sindaco di Firenze, il 6 aprile 2013 è intervenuto alla trasmissione del sabato sera condotta da Maria De Filippi, indossando un completo *total black* composto dal chiodo, maglietta a girocollo e jeans scuri, strizzando l'occhio al pubblico giovane che abitualmente vede quella trasmissione.

Un capitolo a parte meritano le figure politiche femminili, che finalmente sono libere di ostentare pubblicamente la moda. Sempre in Italia, le “donne della seconda Repubblica”, dal 1994 ad oggi, si sono contraddistinte per il ricorso agli elementi moda, sia nelle aule parlamentari che nelle occasioni ufficiali, nel tentativo di segnalare la presa di distanza dall'esperienza politica della prima Repubblica, rispetto alla quale rappresentano il nuovo. Non sono passati inosservati gli *outfit* di Maria Elena Boschi, Mara Carfagna, Anna Maria Bernini, che nella loro attività politica non hanno rinunciato alla moda, ostentando pubblicamente capi d'abbigliamento e accessori “alla moda” anche in occasioni istituzionali¹⁹.

Nel secondo caso, la politica adotta i codici vestimentari del popolo e ne rincorre gli stili di vita. Esempari da questo punto di vista sono le felpe indossate da Matteo Salvini che, utilizzando il potere comunicativo già sperimentato dalle t-shirt, riportano gli slogan sui quali ha fondato la sua proposta politica. Spesso si tratta della trasposizione degli *#hashtag*, con i quali monopolizza *Twitter*, il social media preferito dai politi-

¹⁸ La stessa tipologia di completo è spesso indossata da Sebastian Kurz, leader del *Freiheitliche Partei Österreichs* (FPÖ), il Partito della Libertà Austriaco, una formazione populista di destra.

¹⁹ A questo proposito cfr. il capitolo dedicato al *power dressing* in questo volume.

ci: #bastaeuro, #stopinvasione, #padaniaisnotitaly, o tutte le altre felpe e t-shirt che riportano i nomi delle città e delle regioni nelle quali la Lega è stata candidata in occasione delle diverse tornate elettorali (Marche, Veneto, Sicilia, Emilia, ecc...).

Il percorso seguito da Salvini è testimonianza di un sincretismo politico che mescola al suo interno manifestazioni di giovanilismo, elementi religiosi (il rosario stretto tra le mani in occasione della chiusura della campagna elettorale per le elezioni europee 2019 in Piazza del Duomo a Milano) o presi a prestito dalla cultura pop (le incursioni sulle spiagge italiane nell'Estate 2019). La componente ideologica della Lega Nord, legata al progetto federalista di un Nord indipendente dal resto d'Italia, si stempera nel tentativo di presentarsi come un *catch-all party* generalista, non immune da componenti nazionaliste e da contaminazioni con le esperienze della destra italiana. Dopo la stagione delle felpe, il Salvini Ministro dell'Interno è ricorso all'uso quotidiano delle maglie e dei giacconi con il logo ufficiale delle forze armate e dei corpi di pubblica sicurezza, a sottolineare anche nell'abbigliamento, la svolta a destra del partito che si erge a difensore pubblico della sicurezza del territorio nazionale, alla quale non restano estranee nemmeno le manifestazioni più estreme della politica contemporanea²⁰.

Si registra una contaminazione continua tra le dinamiche politiche, le logiche dei media e della società dei consumi che sono alla base di quella che è stata definita la "politica pop"²¹. Linguaggi e stili comunicativi, anche grazie all'uso dei social media, si sovrappongono, entrando nella vita privata dei *leader* politici e dei cittadini.

Nel resto d'Europa non mancano esempi che, attingendo ai patrimoni simbolici nazionali, mettono in atto operazioni simili. Un caso interessante è rappresentato dall'avanzata dei partiti di estrema destra in Germania da sempre sotto os-

²⁰ G. Passarelli, *La Lega di Salvini. Estrema destra di governo*. Bologna, Il Mulino, 2018.

²¹ G. Mazzoleni, A. Sfondini, *Politica pop. Da "Porta a Porta" a "L'isola dei famosi"*, Bologna, Il Mulino, 2009.

servazione da parte delle istituzioni. Alle elezioni regionali che si sono tenute in Germania il 1 settembre 2019 il partito di estrema destra Alternative für Deutschland (Afd), ha raggiunto il 23,5% (più 11,3 rispetto all'ultima tornata); alla elezioni europee del maggio dello stesso anno, AfD aveva ottenuto l'11% dei voti collocandosi al quarto posto, dopo CDU, Verdi e SPD.

Non è possibile in questa sede analizzare come dovuto le caratteristiche dei partiti dell'estrema destra tedesca e le ragioni della loro ascesa. È però interessante sottolineare alcune dinamiche che ne hanno decretato il successo, facendone un caso paradigmatico nel panorama del rapporto tra moda e politica. Negli ultimi anni, i partiti dell'estrema destra tedesca – AfD e Pegida – hanno portato avanti una campagna di “normalizzazione” delle loro posizioni che, tra gli altri strumenti messi in campo, non ha mancato di servirsi della moda. L'estrema destra infatti è costretta a muoversi sul piano simbolico, secondo due percorsi apparentemente contrapposti: da una parte deve sottolineare la sua dimensione identitaria attraverso il richiamo ai simboli del potere ereditati dal partito nazionalsocialista – svastiche, croci celtiche, simboli runici – e dall'altra deve prendere le distanze dalle sue rappresentazioni più estreme e violente, che ne fanno da sempre una subcultura politica deviante.

Il percorso di normalizzazione dei vertici del partito è stato condotto attraverso l'utilizzo di codici vestimentari propri di una classe dirigente moderna e deideologizzata, sul modello sperimentato in Francia da Marine Le Pen con il *Front National*; la base, che al contrario ha mantenuto un livello di ideologizzazione più marcato, ha però mescolato i suoi codici simbolici con quelli di marchi commerciali che hanno di fatto depotenziato la loro portata eversiva ma, al tempo stesso, hanno contribuito all'ampliamento della base elettorale²².

²² C. Miller-Idriss, *The extreme gone mainstream. Commercialization and far right youth culture in Germany*, Princeton, Princeton University Press,

By marrying right-wing ideology and symbols with popular culture and style in high-quality clothing, Thor Steinar [...] and similar commercial entities, such as Erik and Sons and Ansgar Aryan – have effectively created a new far right subculture. Buying a bomber jacket, shaving one's head, and donning combat boots are no longer the 'entry points' to the right-wing scene. Today's far right youth can express their own individuality and still be right wing, and commercial entities are both capitalizing on this and acting as driving forces of the phenomenon²³.

Come era accaduto per la musica negli anni Ottanta, che era servita ai gruppi *naziskin* inglesi per ampliare il bacino della loro subcultura politica, ora la moda serve ai gruppi dell'estrema destra tedesca per normalizzarsi, facendo transitare nel linguaggio comune slogan ideologici razzisti, nazionalisti e xenofobi. Non si tratta più di uno stile che si alimenta della contrapposizione *mainstream/subcultura*, ma è definitivamente spostato verso un prodotto commerciale, di alta qualità, che strizza l'occhio all'abbigliamento *mainstream*, proprio delle giovani generazioni.

Il rapporto tra la moda e la politica *postideologica* si smaterializza pertanto nella molteplicità dei modi di essere e di apparire contemporanei, fornendo la rappresentazione di un potere fragile, costantemente sottoposto all'instabilità delle emozioni. I codici simbolici si mescolano e sovrappongono a quelli della società di massa, inseguendo l'immaginario collettivo di cittadini-elettori che ancora, almeno in parte, rimangono legati a una visione ideologica della politica e di élite che al contrario, ne prendono le distanze. Sempre più spesso la rappresentazione simbolica del potere politico è costretta a fare i conti con il potere economico e mediatico, del quale assume le modalità di funzionamento. Le stesse categorie analitiche della politica moderna, elaborate a par-

2017; E. Gaugele, "The New Obscurity in Style. Alt-right Faction, Populist Normalization, and the Cultural War on Fashion from the Far Right", in *Fashion Theory*, 23:6, 2019, pp. 711-731.

²³ C. Miller-Idriss, *The extreme gone mainstream*, cit., p. 2.

tire da una prospettiva occidentale sul mondo, si trovano in difficoltà davanti alla necessità di interpretare i fenomeni politici contemporanei: l'ascesa di nuove potenze mondiali, la ridefinizione dell'ordine geopolitico globale, costringono a prendere le distanze dal modello delle democrazie occidentali e dalla rappresentazione simbolica del potere da esse messa in atto da almeno duecento anni.

Bibliografia

- Balestrini N., P. Morone, *L'orda d'oro: 1968-1977*, Milano, Feltrinelli, 1988.
- Barile N., *Politica a bassa fedeltà: nuovi populismi, tradimento dell'elettorato e comunicazione digitale dei leader*, Milano, Mondadori, 2019.
- Bartlett D. (ed.), *Fashion and Politics*, New Haven, Yale University Press, 2019.
- Beard M., *Women & Power. A Manifesto*, New York, Liveright Publishing Corporation, 2017.
- Bell D., *The End of Ideology. On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties*, Glencoe, Free Press, 1960; trad. it. *La fine dell'ideologia. Il declino delle idee politiche dagli anni Cinquanta ad oggi*, Milano, Sugar, 1991.
- Bhabha H. K., *The Location of Culture*, London, Routledge, 2004.
- Bobbio N., *Destra e Sinistra*, Roma, Donzelli, 1994.
- Boni F., *Il corpo mediale del leader. Ritualità del potere e sacralità del corpo nell'epoca della comunicazione globale*, Roma, Meltemi, 2002.
- Boni F., *Il Superleader. Fenomenologia mediatica di Silvio Berlusconi*, Milano, Meltemi, 2008.
- Bourdieu P., *La domination masculine*, Paris, Seuil, 1998; trad. it. *Il dominio maschile*, Milano, Feltrinelli, 1999.
- Butazzi G., *Moda. Arte/Storia/Società*, Milano, Gruppo Editoriale Fabbri, 1981.
- Byrde P., *The Male Image: Men's Fashion in Britain. 1300- 1970*, London, Batsford, 1979.
- Calefato P., "Fashion Theory" in Cometa M., *Dizionario degli studi culturali*, Roma, Meltemi, 2004.
- Calefato P., *La moda oltre la moda*, Milano, Lupetti, 2011.

- Capanna M., *Formidabili quegli anni*, Milano, Rizzoli, 1988.
- Capanna M., *Il Sessantotto al futuro*, Milano, Garzanti, 2008.
- Castellani A., *Vestire degenerare. Moda e culture giovanili*, Roma, Donzelli, 2010.
- Chakrabarty D., *Provincializing Europe: Postcolonial Thought and Historical Difference*, Princeton, Princeton University Press, 2000; trad. it. *Provincializzare l'Europa*, Roma, Meltemi, 2004.
- Cometa M., *Dizionario degli studi culturali*, Roma, Meltemi, 2004.
- Consarelli B. (a cura di), *1789: la rivoluzione e i suoi miti*, Pesaro, Editrice Flaminia, 1993.
- Craik J., *The face of Fashion: Cultural Studies in Fashion*, London, Routledge, 1993.
- Curcio A.M., *La moda: identità negata*, Milano, FrancoAngeli, 1991.
- Curcio A.M. (a cura di), *I nuovi dandies*, Milano, Franco Angeli, 2006.
- De Francesco A., *Tutti i volti di Marianna. Una storia delle storie della Rivoluzione francese*, Roma, Donzelli, 2019.
- Debord G., *La Société du spectacle*, Paris, Éditions Buchet-Chastel, 1967.
- Descamps M. A., *Psychosociologie de la mode*, PUF, Paris, 1979; trad. it. *Psicosociologia della moda*, Editori Riuniti, Roma, 1981.
- Deslandres Y., *Le costume, image de l'homme*, Paris, Albin Michel, 1976.
- Devocelle J. M., "D'un costume politique a une politique du costume" in *Musée de la mode et du costume Palais Galliera, Modes et Révolutions. 1780-1804*, Paris, Editions Paris-Musées, 1989.
- Edelman M., *The symbolic uses of politics*, Chicago and London, University of Illinois Press, 1976; trad. it. *Gli usi simbolici della politica*, Napoli, Guida Editori, 1987.
- Elias N., *Die höfische Gesellschaft*, Darmstad, Verlag GambH, 1969; trad. it. *La società di corte*, Bologna, Il Mulino, 1980.
- Elias N., *Über den Prozess der Zivilisation: Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen*, Frankfurt, Suhrkamp, 1936; trad. it. *Il processo di civilizzazione*, Bologna, Il Mulino, 1985.
- Fallers L. A., "Fashion: a Note on the Trickle Effect", in "Public Opinion Quarterly", 1954.
- Fedel G., "Presentazione" a M. Edelman, *Gli usi simbolici della politica*, Napoli, Guida Editori, 1987.
- Fedel G., *Simboli e politica*, Napoli, Morano Editore, 1991.
- Flores M., A. De Bernardi, *Il Sessantotto*, Bologna, Il Mulino, 2003.
- Florida R., *The Rise of the Creative Class*, New York, Basic Books, 2002; trad. it. *L'ascesa della nuova classe creativa*, Milano, Mondadori, 2003.
- Flügel J. C., *The Psychology of Clothes*, London, Hogart Press, 1930; trad. it. *Psicologia dell'abbigliamento*, Milano, FrancoAngeli, 2003.
- Forray-Carlier A., J. M. Bruson, *Au temps des Merveilleuses: la société Parisienne sous le Directoire et le Consulat*, Paris, Paris-Musées, 2005.

- Friedman J., *Cultural Identity and Global Process*, London, Sage, 1994.
- Gaugele E., M. Titton (eds.), *Fashion and Postcolonial Critique*, Wien, Sternberg Press, 2019.
- Gaugele E., "The New Obscurity in Style. Alt-right Faction, Populist Normalization, and the Cultural War on Fashion from the Far Right", in *Fashion Theory*, 23:6, 2019, pp. 711-731.
- Gaugele E., M. Titton (eds.), "Fashion as Politics: Dressing Dissent", numero monografico della rivista *Fashion Theory*, Vol. 23, Issue n. 6, 2019.
- Giddens A., *The Class Structure of Advanced Societies*, New York, Harper and Row, 1975; trad. it. *La struttura di classe nelle società avanzate*, Bologna, Il Mulino, 1975.
- Gnoli S., *Eleganza fascista. La moda dagli anni Venti alla fine della guerra*, Roma, Carocci, 2017.
- Gonsalves P., *Clothing for liberation. A communication analysis of Gandhi's Swadeshi revolution*, New Delhi, Sage, 2010.
- Guenther I., *Fashion Women in the Third Reich*, Oxford, Berg, 2004
- Hall S., "The West and the Rest. Discourse and Power" in Id. (eds.), *Modernity: an Introduction to Modern Societies*, Malden, Blackwell, 1996.
- Hebdige D., *Subculture. The meaning of style*, London, Methuen&Co., 1979; trad. it. *Sottocultura. Il fascino di uno stile innaturale*, Genova, Costa&Nolan, 1983.
- Huxley A., *The Doors of Perception*, London, Chatto and Windu, 1954; trad. it. *Le porte della percezione*, Milano, Mondadori, 1958.
- Kantorowicz E., *The King' Two Bodies. A Study in Medieval Political Theology*, Princeton, Princeton University Press, 1957; trad. it. *I due corpi del re. L'idea di regalità nella teologia politica medievale*, Torino, Einaudi, 1989.
- Kertzer D. I., "Simboli politici" in *Enciclopedia delle Scienze sociali*, Istituto dell'Enciclopedia italiana, www.treccani.it.
- Kertzer D. I., *Ritual, Politics, and Power*, New Haven, Yale University Press, 1988; trad. it. *Riti e simboli del potere*, Bari, Laterza, 1989.
- Kichheimer O., *The Transformation of the Western European Party Systems* in La Palombara, M. Weiner (eds.), *Political Parties and Political Development*, Princeton, Princeton University Press, 1966, pp. 177-200.
- Kleinert A., "La mode, miroir de la Révolution française" in Musée de la mode et du costume Palais Galliera, *Modes et Révolutions. 1780-1804*, Paris, Editions Paris-Musées, 1989.
- König R., *Menschheit auf dem Laufsteg. Die Mode im Zivilisationsprozess*, München, Verlag, 1985; trad. it. *Umanità in passerella*, Milano, Longanesi, 1988.

- Kroese W. T. , *The origin of the Wax Block Prints on the Coast of West Africa*, Hengelo, Smit, 1976.
- Kybalová L., O. Herbenová, M. Lamarová, *Obrazová encyklopedie módy*, Artia, Praha, 1973; trad. it. *Enciclopedia illustrata della moda*, Milano, Mondadori, 2002.
- Lasswell H., "La politica: chi, prende che cosa, quando, come" in Stoppino M. (a cura di), *Potere, politica e personalità*, Torino, Utet, 1975.
- Lasswell H., Kaplan A., *Potere e Società*, Milano, Etas Kompass, 1969.
- Lasswell H., *The Signature of Power: Buildings, Communication and Policy*, New Brunswick, Transaction Books, 1979.
- Lefebvre G., Soboul A., Rudé G., Cobb R. C., *Sanculotti e contadini nella Rivoluzione francese*, Bari, Laterza, 1958.
- Lemire B. (ed.), *The Force of Fashion in Politics and Society: Global Perspectives from Early Modern to Contemporary Times*, London, Routledge, 2010.
- Levi Pisetzky R., *Il costume e la moda nella società italiana*, Torino, Einaudi, 1995.
- Lipovetsky G., *L'empire de l'éphémère*, Paris, Gallimard, 1987; trad. it. *L'impero dell'effimero*, Milano, Garzanti, 1989.
- Lipovetsky G., *La troisième femme*, Paris, Gallimard, 1997; trad. it. *La terza donna*, Milano, Frassinelli, 2000.
- Maffesoli M., "La politica emotiva della nuova tribù" in *La Repubblica*, venerdì 8 giugno 2007.
- Maffesoli M., *Du nomadisme. Vagabondages initiatiques*, Paris, Librairie Générale Française, 1997; trad. it. *Del nomadismo*, Milano, Franco-Angeli, 2000.
- Maffesoli M., *La contemplation du monde*, Paris, Grasset, 1993; trad. it. *La contemplazione del mondo. Figure dello stile comunitario*, Genova, Costa&Nolan, 1996.
- Maffesoli M., *Le temps des tribus. Le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*, Paris, Rééd, 1988; trad. it. *Il tempo delle tribù. Il declino dell'individuo*, Roma, Armando, 1988.
- Marchetti M. C. (a cura di), *Le dimensioni del potere*, Roma, Bulzoni, 2018.
- Marchetti M. C., *La moda oltre le mode. Lineamenti di Sociologia della moda*, Roma, Ed. Nuova Cultura, 2011.
- Marcuse H., *Eros and Civilisation. A Philosophical Inquiry into Freud*, Boston, Beacon Press, 1955; trad. it. *Eros e civiltà*, Torino Einaudi, 1968.
- Marcuse H., *One-dimensional Man. Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*, Boston, Beacon Press, 1964; trad. it. *L'uomo a una dimensione. L'ideologia della società industriale avanzata*, Torino, Einaudi, 1967.

- Mazzoleni G., A. Sfardini, *Politica pop. Da "Porta a Porta" a "L'isola dei famosi"*, Bologna, Il Mulino, 2009.
- Mazzoleni G., *La comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino, 2012.
- Mian M., "Il futuro dell'Africa è in mano alle donne", *Io Donna, Corriere della Sera*, 19 novembre 2012.
- Michelet J., *Le femmes de le révolution*, Paris, Calman Lèvy, 1898; trad. it. *Le donne della rivoluzione*, Milano, Bompiani, 1976.
- Miller-Idriss C., *The extreme gone mainstream. Commercialization and far right youth culture in Germany*, Princeton, Princeton University Press, 2017.
- Molloy J. T., *Dress for success*, New York, Warner Books, 1975.
- Molloy J. T., *The woman's dress for success*, New York, Warner Books, 1977.
- Molloy J. T., *New Women's Dress for Success*, New York, Warner Books, 1996.
- Monneyron F., *La sociologie de la mode*, Paris, Puf, 2006; trad. it. *Sociologia della moda*, Bari, Laterza, 2008.
- Montesquieu, *Essai sur le goût*, 1760; trad. it. *Saggio sul gusto*, Milano, SE, 1990.
- Munzi U., "Quando vestivamo all'esistenzialista", *Corriere della Sera*, 23 aprile 1994.
- Musée de la mode et du costume Palais Galliera, *Modes et Révolutions. 1780-1804*, Paris, Editions Paris-Musées, 1989.
- Passolini P., *Scritti corsari*, Milano, Garzanti, 2015 (1° ed. 1975).
- Passarelli G., *La Lega di Salvini. Estrema destra di governo*. Bologna, Il Mulino, 2018.
- Pastoreau M., *L'etoffe du Diable. Une histoire des rayures et des tissus rayés*, Paris, Seuil, 1991; trad. it. *La stoffa del diavolo. Una storia delle righe e dei tessuti rigati*, Genova, il melangolo, 1993.
- Polhemus T., *Streetstyle*, London, Thames and Hudson, 1994.
- Pombeni P., *Che cosa resta del '68*, Bologna, Il Mulino, 2018.
- Puwar N., N. Bhatia, "Special Double Issue on Fashion and Orientalism", *Fashion Theory*, 7:3-4, 2003.
- Roche D., "Apparences révolutionnaires or révolution des apparences" in Musée de la mode et du costume Palais Galliera, *Modes et Révolutions. 1780-1804*, Paris, Editions Paris-Musées, 1989.
- Roche D., *La culture des apparences. Essai sur l'Histoire du vêtement aux XVIIe et XVIIIe siècles*, Paris, Fayard, 1989; trad. it. *Il Linguaggio della moda. Alle origini dell'industria dell'abbigliamento*, Torino, Einaudi, 1997.
- Rossanda R., *L'anno degli studenti*, Bari, De Donato, 1968.
- Rudé G., *The Crowd in the French Revolution*, Oxford, Clarendon Press, 1959; trad. it. *Dalla Bastiglia a Termidoro. Le masse nella rivoluzione francese*, Roma, Editori Riuniti, 1966.
- Said E., *Orientalism. Western Representation of the West*, London, Rout-

- ledge, 1978; trad. it. *Orientalismo. L'immagine europea dell'Oriente*, Milano, Feltrinelli, 1999.
- Sarfatti M., "Vestiti di destra, abiti di sinistra" in *7Corriere del Sera*, 18 maggio 2018.
- Scaraffia G., *Gli ultimi dandies*, Palermo, Sellerio, 2002.
- Scaraffia G., *Femme fatale*, Firenze, Vallecchi, 2009.
- Schechter R., "Gothic Thermidor: The Bals des victimes, the Fantastic, and the Production of Historical Knowledge in Post-Terror France" in *Representations*, No. 61, Special Issue: Practices of Enlightenment (Winter, 1998), pp. 78-94.
- Segre Reinach S., *Manuale di comunicazione, sociologia e cultura della moda. Vol. IV – Orientalismi*, Roma, Meltemi, 2006.
- Segre Reinach S., *Un mondo di mode. Il vestire globalizzato*, Bari, Laterza, 2011.
- Sen A., *The Argumentative Indian. Writings on Indian History, Culture and Identity*, London, Penguin, 2005; trad. it. *L'altra India. La tradizione razionalista e scettica alle radici della cultura indiana*, Milano, Mondadori, 2005.
- Sennett R., *The fall of public man*, New York, Knopf, 1977; trad. it. *Il declino dell'uomo pubblico*, Milano, Bruno Mondadori, 1987.
- Simmel, G., *Philosophie des Geldes*, Leipzig, Duncker & Humblot, 1900; trad. it. *Filosofia del denaro*, Torino, Utet, 1984.
- Simmel G., *Die Mode*, Berlin, Pan, 1905; trad. it. *La Moda*, Milano-Udine, Mimesis, 2015.
- Spencer H., "Manners and Fashion", *The Westminster Review*, April 1854; trad. it. *Costumi e mode* (cura e traduzione di M.C. Marchetti), Milano-Udine, Mimesis, 2015.
- Spencer H., *The principles of sociology*, New York, Appleton, 1898; trad. it. *Principi di sociologia*, Torino, Utet, 1988.
- Stavropoulou F., "Female Academic: Don't power dress, forget heels – and no flowing hair allowed", *The Guardian*, Sun 26 Oct 2014 (consultato il 9/11/2019).
- Steele V., *Paris Fashion: A Cultural History*, New York, Oxford University Press, 1988.
- Stevens A., *Women, Power and Politics*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2007, trad. it. *Donne, potere, politica*, Bologna, Il Mulino, 2009.
- Strizhenova T., *Moda e rivoluzione*, Milano, Electa, 1979.
- Svendsen L. F. H., *Mote. Et filosofisk essay*, Oslo, Universitetsforlaget, 2004; trad. it. *Filosofia della moda*, Milano, Guanda Editore, 2006.
- Tamagni D., *Gentlemen of Bacongo*, London, Trolley Books, 2009.
- Thornton S., *Club cultures. Music, media and subcultural capital*, Cambridge, Polity Press, 1995; trad. it. *Dai club ai rave. Musica, media e capital sottoculturale*, Milano, Feltrinelli, 1998.

- Tropea S., “Il giorno dei quarantamila”, in *la Repubblica*, 14 ottobre 1990 (consultato il 9/11/2019).
- Urbinati N., *Io, il popolo. Come il populismo trasforma la democrazia*, Bologna, Il Mulino, 2020.
- Veblen T., *The Theory of the Leisure Class*, London, MacMillan, 1899; trad. it. *La teoria della classe agiata*, Torino, Einaudi, 1981.
- Vergani G. (a cura di), *Dizionario della moda*, Milano, Baldini Castoldi Dali, 2003.
- Viennot E., *Et la modernité fut Masculin. La France, les femmes et pouvoir (1789-1804)*, Paris, Perrin, 2016.
- Voltaire, *Il secolo di Luigi XIV*, Torino, Einaudi, 1994.
- Weber M., “Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus”, in *Archiv für Sozialwissenschaften und Sozialpolitik*, 1904-1905; trad. it. *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo*, Firenze, Sansoni, 1988.
- Weber M., *Wissenschaft als Beruf, Politik als Beruf*, Stuttgart, Ernst Schulbuchverlag GmbH, 1995; trad. it. *La politica come professione*, Roma, Armando, 1997.
- World Economic Forum, *Global Gender Gap Report 2018*.
- Wright Mills C., *White Collars. The American Middle Class*, New York, Oxford University Press, 1951; trad. it. *Colletti bianchi. La classe media Americana*, Torino, Einaudi, 1966.
- Yeats F.A., *Astrea. L'idea di impero nel Cinquecento*, Torino, Einaudi, 1978.
- Young R., *Power dressing: first ladies, woman politicians and fashion*, London, Merrel, 2011.



Motus. Studi sulla società

- 1 Vanni Codeluppi, Maria Angela Polesana (a cura di), *Baudrillard ovunque*
- 2 Gianfranco Pecchinenda, *L'essere e l'io. Fenomenologia, esistenzialismo e neuroscienze sociali*
- 3 Harold H. Innis, *Impero e comunicazioni*
- 4 Patrizia Calefato, *Lusso. Il lato oscuro dell'eccesso*
- 5 Guerino Nuccio Bovalino, *Imagocrazia. Miti, immaginari e politiche del tempo presente*
- 6 Cirus Rinaldi, *Maschilità, devianze, crimine*
- 7 Maria Caterina Federici, Luciano Pellicani (a cura di), *Rileggere Ortega y Gasset in una prospettiva sociologica*
- 8 Pippo Russo, *Soldi e pallone. Come è cambiato il calciomercato*
- 9 Gabriele Giacomini, *Potere digitale. Come Internet sta cambiando la sfera pubblica e la democrazia*
- 10 Antonio Tramontana, *I cristalli della società. Simmel, Benjamin, Ghelen, Baudrillard e l'esistenza multiforme degli oggetti*
- 11 Eviatar Zerubavel, *Dato per scontato. La costruzione sociale dell'ovvietà*
- 12 Fabio D'Andrea, Vania Baldi (a cura di), *Codice e luoghi. Abitare le relazioni nel reale/digitale*
- 13 Michela Drusian, Paolo Magaudda e Cosimo Marco Scarcelli, *Vite interconnesse. Pratiche digitali attraverso app, smartphone e piattaforme online*
- 14 Emilia Palladino, Monica Ruffa, *Il lavoro su misura. I coworking space e la conciliazione lavoro-famiglia*
- 15 Davide Ruggieri, *Lo sguardo dell'altro. Cultura, individuo e socializzazione nel pensiero di Georg Simmel*
- 16 Karl Mannheim, *Giovani e generazioni*
- 17 Marco Omizzolo, *Essere migranti in Italia. Per una sociologia dell'accoglienza*, prefazione di Maurizio Ambrosini
- 18 Sabina Curti, *Smart citizens. Il metodo innovativo di CULT Community Hub Perugia*

*Finito di stampare
nel mese di febbraio 2020
da STAR log - Asti (AT)*