

ANNI QUARANTA

Zooties, sono uno dei primi fenomeni giovanili. Si costituiscono nel quartiere newyorkese di Harlem e si riconoscono per le giacche lunghe, i pantaloni ad anfora e il cappello a tesa larga: un look tra il mafioso e il cantante jazz di colore, portato alla ribalta da Cab Calloway nel film Stormy Weather e ripescato recentemente dal gruppo di Kid Creole.

Western, nascono in Usa all'insegna del Far West. Come veri cow boy, i componenti di questa banda vestono jeans Roy Rogers, stivali da mandriano, cappellaccio da James Dean nel Giganie,

camice impunturate. E al posto della cravatta: il cordoncino fermato dal turchese. Il tutto ricomparirà sulle passerelle di Gianni Versace nel '92 e dello stilista francese, Jean Paul Gaultier, l'anno successivo.

ANNI CINQUANTA

Bikers, ovvero, motociclisti. Nascono negli Stati Uniti, sulla West Coast e crescono nel mito del Marlon Brando del Seizure, al suono dell'hollywood Rock'n'Roll album. Segni distintivi: il giubbotto Schott modello perfetto in pelle nera (vedi il Marlon di Fronte del Porto); lo stesso tuttora in voga col termine «chiodo». Fondamentale,

la moto aggressiva. E tutto ciò che conferisce una aria da duro.

Teddy Boys, arrivano dal sud dell'Inghilterra e si propagano, divulgando il mito del deltaggio: giacca lunga con polsini in velluto, scarpe a punto, ciuffo impomatato, cravatta striminzita. I loro idoli sono Bill Haley con Rock Around the Clock ma anche il fumetto Teddy Boy Mystery di John Drummond.

Dolce vita, unica banda italiana, nata a Roma e cresciuta in tutto il mondo all'insegna del modernismo: la lambretta, il neon e l'abbigliamento minimalista di Marcello Mastroianni in giacca

asciutta e cravatta nera.

Surfers, incredibile ma vero, lo sport che negli Anni 80 sarebbe arrivato anche in Italia, nei '50 sulla West Coast degli Stati Uniti, è già un elemento attorno al quale si aggregano giovani sportivi. Le giacche cerate e le mute aderenti dei seguaci di questa banda torneranno in passerella da Chanel nel '91, indossate dalla super top model, Linda Evangelista.

ANNI SESSANTA

Hippies, forse la più internazionale delle sub culture giovanili. Nasce a San Francisco e si irradia nel mondo dal Piccadilly Circus di Londra, inse-

guendo tutto ciò che è naturale: dalla droga all'abito folk incontaminato dalla cultura metropolitana; dal piede scalzo al gioiello in perle di ceramica. Praticamente la moda riproposta da Dolce e Gabbana nel '92 e indossata da Madonna lo stesso anno. Laddove il mito musicale degli Hippies erano invece Crosby, Still, Nash e Young. Psichedelici, nascono a Londra come rovescio della medaglia Hippy. Per loro tutto deve essere sintetico, dalle droghe, ai tessuti stampati con i colori delle allucinazioni da acidi. Gli stessi dei quali cadrà vittima l'idolo musicale della psichedelia, Jimi Hendrix.



1940

1950

1960

IL COMMENTO

1940 Zooties  
1950 Teddy Boys  
1960 Psichedelici

# Vestivamo

## Le donne più forti dell'Alta Moda

ANNA DEL BO ROFFINO

COME VUOLE la "moda"? E poche donne trasgrediscono. La moda, infatti, propone immagini che trasmettono umori e novità maturate nel costume, avvertite dalle antenne sensibili degli stilisti, tradotte in messaggi dagli abiti e dagli accessori: qualche libertà in più nel mostrarsi e nel sedurre, qualche agio maggiore nel muoversi e nell'affrontare le giornate fuori casa, non appena suggerite, venivano prontamente affermate da tutte. E si lasciavano cadere le bizzarrie, le ridicole pretese del lusso stravagante. Ma non sempre la moda propone (o impone) alla piazza. I cambiamenti radicali che l'identità femminile ha elaborato nel corso di questo secolo hanno travolto spesso le direttrici dall'alto. Due svolte, in particolare, hanno colto di sorpresa le *maisons*, costringendole a rivoluzionare le mode-linee, nel giro di poche stagioni: nel 1920, quando di colpo le donne si tagliarono i capelli, buttarono via busti e corsetti, adottarono abiti morbidi e bisanti, gonfie al polpaccio e maniche corte (o addirittura mostravano le braccia nude fino all'ascella). E poi, negli anni Settanta, quando le femministe bruciarono i reggiseni, uscirono per strada in zoccoli, lunghe gonne a fiori, camicie e maglioni oversize. I jeans, insieme, alternavano all'immagine folkloristica dell'abbigliamento paesano quella di donna forte e maliziosa nel mostrare le rotundità posteriori. E la sfida agiva alternativamente, a seconda della sponditività degli umori. Qualcosa era cresciuto a dismisura, nell'animo femminile, ed esplose nel manifestarsi di un'immagine inedita, «come vogliamo noi», e non la moda. Rispondeva, in entrambi i casi, al bisogno irrefrenabile di far coincidere ciò che eravamo diventate con l'immagine che si dava di sé. Negli anni Venti era stata l'emancipazione a condannare per sempre vestiti lunghi che nascondevano polvere e fango, stretti in vita da togliere il respiro, ornati di pizzi e ricami difficili da lavare e stirare, capigliature alla chintola da pettinare e intrecciare ogni mattina, cappelli ingombranti e costosi. La donna che lavora non aveva tempo né voglia di sottoporsi a tante inutili cure di sé. E gli stilisti, del resto, afferrarono subito quale fosse la possibile eleganza di una moda charleston, proponendo morbide sete e mussole preziose, scarpe avvolgenti e cappellini a cupola stretta, da infilare sulle zazzere tagliate all'orecchio. Ma questa moda, durata in tutte

# E la strada finì in mostra

LONDRA. Le tribù giovanili, abito per abito. Si chiama *Street Style* e, per chi sostiene le proposte anticonvenzionali, è la mostra dell'anno, non tanto per quello che espone ma per le tematiche che inevitabilmente trascina con sé. La mostra è ospitata a Londra dal Victoria & Albert Museum, con una lunga tenitura (fino al 19 febbraio) che ha tutta l'aria di un'investitura per lo studio delle sottoculture come associata componente della storia di quel costume a cui questo museo è dedicato.

### Monitor e manichini

Lo spazio espositivo è ridotto: tre salette e qualche monitor. Del resto l'idea del curatore Ted Polhemus (un'impressionante rassomiglianza fisica - probabilmente «provocata» - con Andy Warhol) avrebbe addirittura potuto restare virtuale, o tutto al più estrinsecarsi in forma di libro illustrato. Invece questa mostra, questi manichini, questo frenetico passato prossimo cristallizzato e celebrato hanno la diffusione e lo spessore indispensabili per aprire la discussione sugli aspetti reali (e non su quelli accademici) della creatività contemporanea. Stili e sottoculture sono il frutto di una progressiva ed infine consolidata liberazione del pensiero giovanile. *Street Style* antologizza e legittima le scelte esteriori di diversi soggetti sociali (aggettivo da intendere anche in forma attiva, nel senso di «socializzanti» desiderosi di condividere ed amplificare la propria presenza) generati dallo scenario anglo-americano dal secondo dopoguerra ad oggi. Un filo ininterrotto, se non logico, che congiunge gli *zoot suits* (sgargianti doppiopetto in voga tra i gagà di Harlem anni '40) con l'integralismo riciclato del New Age Travellers o le contaminazioni cyberpunk, propagando le strade delle metropoli come prosencio culturale del moderno e transitando per capitoli leggendari chiamati *sk-zou*, *rockabilly*, *hippie*, *mod* e *rocker*, *skinhead* e *rastafarian*, *punk*, *new romantic*, *b-boy* e *grunge*. L'idea di Polhemus cala le dinamiche dell'abbigliamento «tribale» di questi decenni - un centinaio di vestiti indossati da manichini addobbati nei minimi particolari - in un contesto multimediale che servendosi di musiche, video, foto e testi, offre un quadro sufficientemente ampio della cultura giovanile della seconda metà del secolo. Stitisti *underground* come Jimmy Jumble, Sarah Ratty e Oz sfilano così al fianco di stelle fisse come Calvin Klein, Yves Saint Laurent, Vivienne Westwood e Gianni

STEPANO PISTOLINI

Versace, «grandi firme» che hanno sempre considerato la «strada» come fonte primaria della loro ispirazione. Cogliere un particolare, analizzarne i possibili sviluppi estetici, accentuare il carisma dell'esclusività, trarne un oggetto di lusso: ecco il percorso che conduce tante idee dagli scenari di periferia al cuore dell'alta moda. Perché la strada è scena naturale per le culture emergenti, le ultime arrivate, quelle in cerca di legittimazione, senza ruolo e garanzia, sprovviste di salotti e appuntamenti mondani dove esibire la migliore immagine di sé. Per strada, in un certo angolo del quartiere, si sosta per scambiare sguardi, per incontrarsi, per esporre il proprio modo di essere eleganti, originali e sintonizzati, aspirando ad una poltrona da protagonisti. Gli stili di strada pongono in risonanza un particolare gruppo culturale con il tempo e la società alla quale appartiene. Per strada, se ci si trova al posto giusto nel momento giusto, si scrivono pagine di storia del costume. E perché una strada diventi *Luogo* con la «L» maiuscola, serve un quoziente mitico e perfino una percezione di pericolo: la strada non è tale se non porta ovunque, all'inferno o nei quartieri alti. Ogni sottocultura segnala i propri desideri e le proprie caratteristiche attraverso l'abbigliamento. L'abito contiene il messaggio essenziale: «sono ricco», «sono arrabbiato», «sono diverso», «sono nichilista», «amo l'ambiente», «voglio sedurre». Il messaggio aderisce ad un codice collettivo che permette di non sentirsi troppo soli nella propria asserzione, ma piuttosto parte di un gruppo o, come più spesso si dice, di una tribù. Una costante evoluzione Messaggi e relativi stili sono naturalmente in costante evoluzione, perché cambiano le condizioni anagrafiche di chi li utilizza, si modifica il rapporto con il contenitore sociale, si mantengono le distanze dall'instancabile pedinamento che l'industria dei consumi attua nei confronti dei nuovi stili, intercettandone i segnali spontanei e trasformandoli in simulazione, ovvero in moda, dove la dissidenza si traduce in dominanza. Per preservare la propria integrità, una sottocultura deve dunque imparare ad evolversi rapidamente: nascono così i nuovi look, spesso estremizzando o enfatizzando un tratto o un particolare già esistente. Come finirà? In coda alla sua puntigliosa mappatura degli stili di strada, Polhemus esprime un'opinabile proiezione sul

L'immediato futuro. Quello che intravede è la grande riunione delle tribù, incoraggiata dalla vorticosa accelerazione del costume, dal progressivo decadere del privilegio sociale, dalla multirazzialità come realtà fattuale.

### L'ibrido del futuro

Nasce il «supermercato dello stile», esposizione immaginaria di tutte le ideazioni di decenni di visibilità sociale. Il giovane a caccia di identità entra in questo supermercato «mentale» e dai vari scaffali stilistici sceglie quello che gli piace. Nasce così, sostiene Polhemus, il possibile ibrido *giovanile del futuro*, sganciato da logiche tribali, assuefatto ad una comunicazione che, se di strada tiene conto, lo fa pensare a quelle della comunicazione informatica, in un pianeta ridotto a colossale crocevia, nel quale spostarsi è facile e viaggiare è naturale. Il quartiere è al passato: il futuro è senza nazionalità, senza bandiera, armati di computer a bordo di velocissimi turbopiet. Già, ma qual è il posto a cui tornare, dove sono le radici alle quali aggrapparsi quando il tempo comincia a lavorare con-

tro di noi? Difficile che tutto si riduca ad uno shopping tra gli stili, in cerca di un buon design per la nostra esteriorità. Certo non è più tempo di *guerra dei bottoni*, ma la tribù - ad esempio nei luoghi del nuovo spiazzamento giovanile, ad Est, nell'inedita esperienza del vorticare delle merci e dei desideri - sarà ancora a lungo il rifugio degli spiriti giovanili. Riconoscersi resta un'esperienza esaltante, una gratificazione, una vertigine, mentre si va incontro ad un mondo difficile. Lo schiacciamento degli stili è piuttosto il risultato dell'overdose consumistica (la *generation-X* statunitense, ad esempio) o di nuove istanze collettive che danno per vinte le battaglie delle generazioni precedenti (su temi come il sesso, la razza, l'ambiente). La coscienza del passato In entrambi i casi si tratta di esperienze colte, vissute con la coscienza del passato. Dove invece impera l'eresia del Nuovo o dove è seppellito il Diseredato, nelle metropoli appena aggregate o nei ghetti ai margini del sociale, tribù e uniformi diventano armi e linguaggi. Parlano di orgoglio e di ostentazione. E soprattutto di sopravvivenza.

