

Il dialogo

La moda e il corpo: il nuovo outfit è la mascherina

di Attimonelli e Calefato
● a pagina 10



▼ La sfilata

In coda a Milano
per assistere
alla presentazione della
collezione primavera
estate 2021 di Valentino



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003383



L'ECO DELLA STAMPA®

LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

Moda e corpo

La mascherina

outfit universale

A partire dall'accessorio per tutti imposto dalla pandemia una riflessione a due su come nell'era degli influencer sia mutato tutto: dalle top model e le passerelle ai consumi planetari e interculturali

di Claudia Attimonelli Petraglione e Patrizia Calefato

Nel suo nuovo saggio la sociologa Calefato esplora la metamorfosi del mondo fashion: qui il confronto con la sociosemiotologa Attimonelli

In occasione della pubblicazione del libro *La moda e il corpo. Teorie, concetti, prospettive critiche* (Carocci) di Patrizia Calefato, ordinaria di Sociologia dei processi dei processi culturali e comunicativi al dipartimento di Scienze politiche dell'Ateneo barese, ospitiamo in esclusiva un dialogo con Claudia Attimonelli Petraglione, sua allieva e attualmente ricercatrice in media studies all'Università di Bari e Paul-Valéry di Montpellier.

Claudia Attimonelli Petraglione
Il nuovo libro di Patrizia Calefato, *La moda e il corpo*, offre un viaggio nel mondo della moda, di cui esplora, capitolo per capitolo, ogni aspetto tramite cui intendere la moda oggi - sia per chi se ne occupa in quanto oggetto di studio all'interno delle scienze sociali, sia per chi ne segue le dinamiche e gli andamenti da persona appassionata, fashion victim o attenta alle evoluzioni degli stili e del costume al tempo del web 2.0. Il

volume si colloca tra quegli scritti maturati durante il periodo pandemico e, infatti, non solo si qualifica come risposta coerente a uno degli interrogativi che da più parti sono stati rivolti ad esperti, creativi e fondatori di grandi maison, ovvero se dopo il lockdown globale esista ancora un sistema chiamato "moda" con i suoi cicli, stagioni e giro d'affari, ma propone anche letture interpretative di capi e accessori di cui gli esseri umani non possono più fare a meno: uno su tutti, la mascherina. La studiosa barese che per prima ha introdotto in Italia già dalla fine degli anni '90 un approccio al sistema vestimentario affine alla fashion theory, di cui non v'era ancora traccia nell'Accademia italiana, grazie ad uno sguardo nutrito di studi culturali, semiotica e sociolinguistica, suggerendo percorsi interpretativi inediti e di ampio respiro, avvalora questo campo di studi, da sempre tacciato d'esser frivolo, con un volume che non perde mai di vista il corpo, l'identità e il tessuto sociale. Ricordiamo, infatti, la nozione fondamentale di corpo rivestito introdotta da Calefato alla fine degli anni '80, seguita nel 1996 da quella di mass moda, che, insieme allo studio sul *Lusso* (2003), hanno segnato un modo di comprendere il corpo e le sue incarnazioni in sintonia con lo spirito del tempo. Ma se il presente è segnato da incertezza e insicurezza, che senso dare alla moda? Può di per sé costituire un rifugio sicuro?

Patrizia Calefato

La moda è cambiata molto dai tempi in cui sembrava fosse solo un mondo fatto di top model, passerelle e costose boutique. Certo, c'è tuttora tutto questo, ma la moda è oggi molto più pervasiva, planetaria, interculturale. Nel mio libro parlo di *fashionscapes*, paesaggi di moda, di una moda che è sempre più scelta estetica quotidiana e al tempo stesso è scambio, traduzione, fusione tra i segni e tra le culture. Che tutto questo possa darci sicurezza è certo: un abito, una scelta stilistica, un accessorio dicono di noi molto di più di quanto possiamo immaginare, ci rappresentano nel mondo, offrendoci la possibilità anche di giocare con molteplici identità possibili. Lo vediamo proprio con la pandemia, in questa fase un po' euforica che viviamo negli ultimi tempi - non dappertutto nello stesso modo - in cui attraverso la moda ci sembra di poter tornare a vivere, ad essere nel mondo. Non tutto è semplice, certo: l'industria della moda, non dimentichiamolo, è oggi il secondo settore di inquinamento globale, dopo il petrolio, è anche un sistema planetario che contribuisce non poco a introdurre disparità sociali straordinarie, che in parte si fonda su delocalizzazioni di comodo in luoghi del Terzo mondo dove la dignità del lavoro non è minimamente rispettata, che spesso non guarda in faccia a come certi indumenti

vengano prodotti, a quali materiali, tessuti, processi di colorazione siano utilizzati. Per questa ragione, da tempo, sia tra gli operatori e gli

studiosi della moda, sia nel dibattito pubblico su cosa essa sia diventata la moda nella nostra epoca, si discute dell'esigenza che, se essa vuole avere un futuro, di futuro debba preoccuparsi. Sostenibilità, etica, impegno sono stati individuali come tre valori che la moda deve salvaguardare per costruire non solo il proprio avvenire, ma un'idea generale di futuro inteso come "etica della possibilità", per parafrasare un'espressione dello studioso indiano Arjun Appadurai, che sia valida per l'intera società.

Claudia Attimonelli Petraglione

Un aspetto evidente dei *fashionscapes* è il rapporto imprescindibile con la cultura digitale corroborato, come ben si evince nel corso del testo, da una relazione mai interrotta con i media tradizionali a cui la moda deve tutto: le riviste da Vogue in poi, il cinema, il videoclip musicale e più in generale la pubblicità. In tal senso, se il

Novecento grazie a stilisti e fotografi visionari (da Newton a Toscani), nonché modelle capaci di anticipare estetiche e tendenze (da Benedetta Barzini a Aimée Mullins), ha esplorato e anticipato mutazioni del corpo che solo grazie al linguaggio della moda furono rappresentate e socialmente accettate - pensiamo ai pantaloni femminili, allo scandalo della minigonna, ai capelli lunghi maschili, allo stile unisex di Calvin Klein, per citare solo alcuni dei momenti "intramontabili" del costume e della società, il Nuovo Millennio deve fare i conti con disintermediazione e produzione di contenuti dal basso. Figure come l'influencer *à la Ferragni*, modelli fisici realizzati in 3D, l'esplosione di Instagram come bacino di riferimento per vampirizzare stimoli e suggerire corporeità diverse dai soliti canoni, al di là del bene e del male, accanto ad hashtag quali #corpiveri, a mutazioni di genere (Arca, Grimes, Sophie), fanno pensare che il binomio "corpo-moda" abbia acquisito, dopo un secolo di assestamento e ricerca di legittimazione, significati molto più complessi di quelli schiacciati sul

mero marketing. Tuttavia, l'impatto economico genera mostri, o per lo meno così sembra quando si paventa per aziende e marchi lo spettro del pink-rainbow-green-washing. Si tratta di nuove sfide per chi si occupa di moda, di cosmesi, di taglie, di ecosostenibilità, oppure rischiamo, sotto il vessillo dell'inclusivity, di far colllassare l'utopia della generazione Z, che vorrebbe abitare #corpiveri, sotto una pioggia di like e cuoricini?

Patrizia Calefato

La moda ha oggi introdotto, molto prima della politica, tematiche come la decostruzione degli stereotipi del genere e del corpo, la lotta alle disuguaglianze sociali, al razzismo, al sessismo, all'esclusione delle diverse abilità. Si fanno artifici di queste idee e pratiche diversi designer, attivisti, teorici che lavorano su concetti e progetti ispirati a quella che può definirsi "Fashion revolution". La pandemia ha accentuato in modo decisivo l'impegno in tal senso, e pone l'urgenza per la moda di pensare l'estetica in stretta relazione con l'etica. Il rischio che tu evochi è certo sempre presente, perché la moda, come tutti i sistemi di segni e culturali, è ambivalente. Oggi la è ambivalente. Oggi la parola "sostenibilità", ad esempio, sembra un magico chiavistello in grado di risolvere ogni nostro problema e di assolvere il genere umano dai madornali errori compiuti in nome della cosiddetta modernizzazione. Io penso però che nel rapporto tra il corpo e la moda cresca sempre più il valore della dimensione dell'"essere umani": in questa espressione, "essere" va inteso come verbo e non come sostantivo, richiama cioè non il ritorno alla centralità dell'"uomo", che tanti disastri ha creato nella storia, ma il senso di umanità che il nostro tempo esige.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La presentazione

Oggi alle 18 a Bari, negli spazi di Portineria 21 Caffè Bistrot letterario (in via Cairoli 137a/139) verrà presentato il libro di Patrizia Calefato *La moda e il corpo. Teorie, concetti prospettive critiche* (Carocci editore, 2021). A dialogare con l'autrice la modella e docente Benedetta Barzini e la giornalista e scrittrice Enrica Simonetti. L'ingresso è su prenotazione (info 080.645.63.74)



Il volume
La moda e il corpo,
Carocci,
pagg. 224
21 euro



▲ Claudia Attimonelli Petraglione
Sociosemiologa a Bari e Montpellier



▲ Patrizia Calefato
Sociologa all'Ateneo barese