

## PERCORSO n. 3

### Moda, cultura e società nel XX e XXI secolo

*I grandi magazzini o la boutique di lusso hanno proposto e continuano a proporre non solo il modo di vestire della nuova moda, della moda della primavera o di quella dell'autunno, ma anche il modo di vivere, le grandi stagioni del mutamento e delle trasformazioni. (Roland Barthes, Il senso della moda, 1993).*

Questo terzo percorso propone una lettura della società e della cultura dei primi sessanta anni del '900 attraverso le innovazioni della moda in continuo rapporto dialettico con i tempi che cambiano e con le culture di differenti paesi: dalla crinolina al jeans, dalla redingote alla T-shirt, ma anche...dalla scarpa con la suola di sughero al sandalo d'oro, dalla gonna a corolla alla minigonna, dai colletti bianchi e blu alla casacca cinese...e ancora dalla donna, angelo del focolare, moglie e madre, alla donna che lotta per definire il suo ruolo nella società. *Occorre semplicità, comodità, nitidezza: gli offrii tutto questo, a sua insaputa [...] Fino a quel momento erano state vestite donne inutili, oziose, donne a cui le cameriere dovevano infilare le maniche; invece, avevo ormai una clientela di donne attive; una donna attiva ha bisogno di sentirsi a suo agio nel proprio vestito (Coco Chanel).*

### Conferenze

#### 1. Rivoluzioniamo il mondo partendo dal vestito

Agli inizi del '900 arte, architettura, moda, design sono legate molto più di ora: gli ambiti si mescolano e gli artisti realizzano con pari impegno un quadro, un edificio, un abito. Nuove tecniche e nuovi materiali vengono scoperti. Le avanguardie sono linfa vitale. In Francia sono gli anni degli abiti simultanei di Sonia Delaunay, di Picasso. In Germania nasce il Bauhaus con i suoi esperimenti tessili e Klee e Kandinskij sono professori d'eccezione. In Italia i futuristi partono dall'abito per rivoluzionare il mondo. Balla e Depero vogliono intraprendere la "ricostruzione futurista" dell'universo e la moda è parte integrante di questo progetto ambizioso. La donna, ora angelo del focolare ora oggetto del desiderio, si trasforma, si libera da ruoli imposti per assumerne altri, cambia i suoi abiti, a volte li prende in prestito dall'uomo, li adatta al suo corpo o il suo corpo si adatta ad essi, segue le mode o le mode seguono lei al passo con i grandi cambiamenti.

#### 2. La moda come specchio del "disordine" dei tempi

Tra le due guerre in Europa soffia il vento di Hollywood che impone lo stile delle dive - i baschi e i trench di Greta Garbo, i pantaloni di Marlene Dietrich, gli abiti di Joan Crawford- senza soppiantare però la vitalissima moda francese, che continua ad essere maestra con Coco Chanel in competizione con una stilista surrealista, quale Elsa Schiaparelli, che crea con Salvador Dalì il cappello a forma di scarpa. Ma non ovunque la nuova moda è sentita nello stessa maniera: in Italia, come in Germania, assume connotazioni ideologiche. Il fascismo cerca di affermare una moda nazionale, i cui la donna è formosa e mediterranea, pratica lo sport, è moglie e madre esemplare e veste italiano, secondo i voleri del Duce ed in consonanza con quello spirito nazionalistico che successivamente diviene autarchico e al cui condizionamento creatori come Salvatore Ferragamo reagiscono con strepitosa inventiva.

#### 3. Voglia di rinascita e cambiamento

Le ristrettezze della guerra sono finite: non è più necessario per le donne farsi dipingere le calze sulle gambe o usare il *lanital* al posto della lana. Dopo la Seconda Guerra Mondiale, la moda si fa portavoce della voglia di rinascita e di cambiamento dopo tanti orrori. La Francia inventa il New Look e l'Italia lancia la propria moda sfilando nella prestigiosa Sala Bianca di Palazzo Pitti; in America si formano nuove icone – Audrey Hepburn, Marilyn Monroe, James Dean - il cui modello arriva in Europa. In quale armadio femminile manca un tubino nero? Classico, rigoroso e raffinato. Ebbene, forse non sarebbe un capo così diffuso se Audrey Hepburn non lo avesse indossato in Colazione da Tiffany, consacrandolo tra i simboli dell'eleganza che non conosce tramonto. Intanto la Pop Art definisce un nuovo ritmo dell'arte ed Andy Warhol, uno dei suoi principali protagonisti, usa gli oggetti di consumo, i volti delle star come soggetti delle opere. I rivoluzionari anni sessanta sono in arrivo.