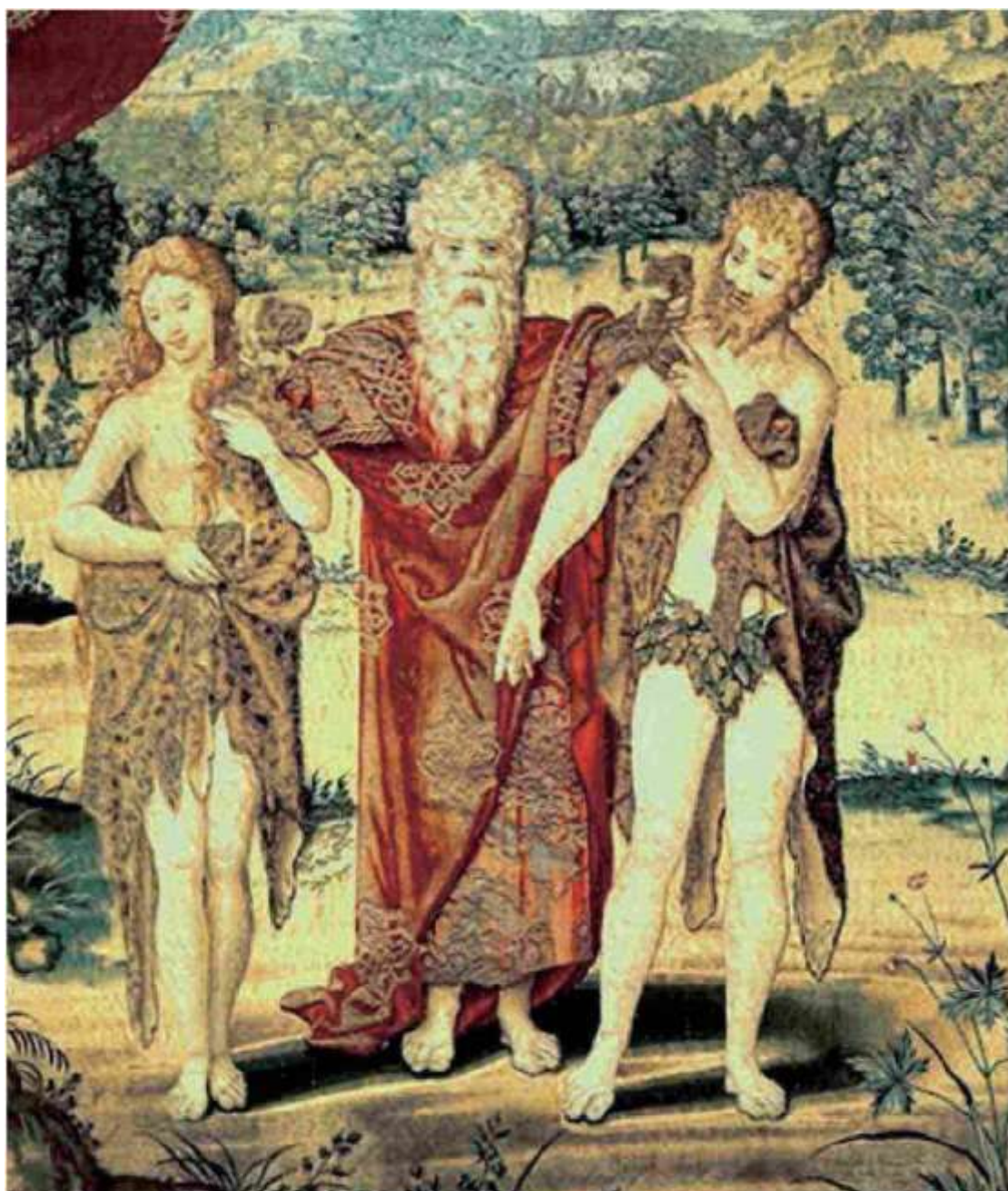


DIO è tre volte sarto



Il Signore Dio fece all'uomo e alla donna tuniche di pelli e le vesti.
Genesi 3, 21

*I soldati poi, quando ebbero crocifisso Gesù,
presero le sue vesti e ne fecero quattro parti,
una per ciascun soldato,
e la **tunica**.*

*Ora quella tunica era senza cuciture,
tessuta tutta d'un pezzo da cima a fondo.
Perciò dissero tra loro:
"Non stracciamola,
ma tiriamo a sorte a chi tocca.*

*Così si adempiva la Scrittura:
Si son divise tra loro le mie vesti
e sulla mia tunica han gettato la sorte.
E i soldati fecero proprio così..
Giovanni 19,23-24*

*Dopo ciò, apparve una moltitudine immensa,
che nessuno poteva contare,
di ogni nazione,
razza,
popolo
e lingua.*

*Tutti stavano in piedi davanti al trono
e davanti all'Agnello,
avvolti in vesti candide,
e portavano palme nelle mani...*

*Uno dei vegliardi si rivolse a me e disse:
"Quelli che sono vestiti di bianco,
chi sono e donde vengono".*

*Gli risposi:
"Signore mio, tu lo sai".
E lui:
"Essi sono coloro che sono passati
attraverso la grande tribolazione
e hanno lavato le loro vesti
rendendole candide col sangue dell'Agnello..."*

*Beati coloro che lavano le loro vesti:
avranno parte all'albero della vita
e potranno entrare per le porte nella città.
Apoc 7,9.13-14; 22,14*

Abitare il Vestito: annotazioni.

Serve a proteggerci dalle condizioni atmosferiche ed esprime il bisogno di decorazione/ornamento.

Il vestito è il primo linguaggio profondo con cui la persona comunica ed entra in dialogo con se stessa.

Lo stilista dà forma all'espressione dell'essenza della persona ed esprime con genialità e perizia il gusto del momento.

Dio è il primo sarto stilista.

Il Vangelo di Matteo ci rivela che siamo "vestiti da Dio:

"Perciò vi dico: per la vostra vita non affannatevi di quello che mangerete o berrete, e neanche per il vostro corpo, di quello che indosserete; la vita forse non vale più del cibo e il corpo più del vestito? Guardate gli uccelli del cielo: non seminano, né mietono, né ammassano nei granai; eppure il Padre vostro celeste li nutre. Non contate voi forse più di loro? E perché vi affannate per il vestito? Osservate come crescono i gigli del campo: non lavorano e non filano. Eppure io vi dico che neanche Salomone, con tutta la sua gloria, vestiva come uno di loro. Ora se Dio veste così l'erba del campo, che oggi c'è e domani verrà gettata nel forno, non farà assai più per voi, gente di poca fede? Non affannatevi dunque dicendo: Che cosa mangeremo? Che cosa berremo? Che cosa indosseremo? (6,25-31)".

Se la **Moda** è novità di cui lo stilista (fashion designer), il Vangelo Buona Novella

La moda illude di creare personalità uniche, singolarmente irripetibili uniche, ma tutte vestite allo stesso modo.. il sistema moda è fatto per essere superato.

La moda. è fatta per essere foriera di emancipazione unica e stravagante, il sistema moda va dall'atto creativo dei stilisti, alla produzione e al marketing, informazione dei mass media: diventa spazio religioso al di fuori del quale non c'è salvezza.

L'attrazione e la repulsione sono il diritto e il rovescio della Moda.

La Moda veste l'identità della persona con la funzione di protezione/igiene e ornamento fisico spirituale, psicologico-artistico.

Tra abito perfetto e perpetuo cambiamento: la moda esprime l'inquietudine religiosa verso la perfezione.

Il vestito contiene dialogo con il sè più profondo.

A colloquio con l'autore

da Paola Apollo, Corriere della Sera, 6 agosto 2024

È un caldo pomeriggio romano e Alberto Fabio Ambrosio indossa un impeccabile doppiopetto azzurro cielo. Ma perché non il saio bianco?

«Sarebbe stato troppo facile. Mi arrabbio sempre anche con i miei confratelli, ci sono momenti e momenti per indossarlo. Non servono a niente le sfilate inutili. Nei primissimi anni anche io, quando ero diacono, lo portavo, ma adesso mi sono liberato. Non è necessario diciamo mettere le mani avanti e incasellarsi».

Ambrosio è l'autore di un libro irriverente come «Per una morale contemporanea. Critica della moda pura». Ma è anche un padre domenicano, esperto di sufismo ottomano, professore di storia e teologia delle religioni alla Luxembourg School of Religion e ricercatore al College del Bernardins di Parigi.

«Ho svolto vent'anni di ricerche sull'Islam mistico turco e da ormai più di cinque anni mi dedico alla ricerca delle interazioni fra moda e religioni, tra vestito e sacro e per questo dirigo un seminario di ricerca a Parigi, dove vivo, e un'equipe di ricercatori in Lussemburgo».

Semplificando verrebbe da dire: scusi, ma lei che ci fa qui?

«Non è stato Dio a creare il primo abito per Adamo ed Eva? Nella Bibbia la dimensione di Dio sarto è molto sviluppata. Essendo domenicano, è stato quasi istintivo avere questo approccio. Non dal punto tecnico, non ne sarei stato in grado. Non faccio nomi né entro in merito a tendenze. Non volevo entrare nell'arena e fare il moralista».

La sua storia, allora, prima di parlare di moda.

«Nasco nelle Marche, a Fano, nel 1971. Ma sono cresciuto a Milano, in Bande Nere, quartiere popolare. Papà è mancato presto e mia madre ha tirato su noi tre fratelli. Faceva la sarta».

Eccola la connessione: una madre sarta.

«Quando lei morì tornarono a galla i ricordi della casa sempre piena di abiti con etichette di marchi importanti e poi di me che andavo in merceria a comperare fili e quant'altro. Ero diventato bravissimo, mi muovevo in quei posti sapendo e conoscendo tutto: dai bottoni ai filati. E sì, credo che il giorno in cui proposi una ricerca su moda e teologia fosse in qualche modo legato a lei e al riscatto di quei ricordi».

Superiori al Moreschi, Istituto Commerciale. E la chiamata di Dio quando arriva?

«Al quarto anno è arrivata la vocazione. Sapevo che sarei diventato frate domenicano. Frequentavo Santa Maria delle Grazie e sentivo qualcosa di forte. I libri erano sempre importanti per me. Andavo in biblioteca a preparare la maturità. Sono entrato nel seminario di Padova, ho studiato greco, latino e filosofia. È stato l'anno più impegnativo della mia vita. Il noviziato a Fiesole è stata una passeggiata, si leggeva e si pregava. Prima consacrazione a Bologna, a 25 anni ho preso i voti».

Mai dubbi sulla vocazione?

«Mai. Crescendo magari ti poni più domande, ma dubbi no. Nel '97 sono stato ordinato diacono e ho fatto un viaggio che mi ha segnato, a Gerusalemme. Ho conosciuto un biblista e ho scoperto l'Islam. Sono tornato e ho chiesto di andare in Turchia. Ho studiato l'arabo all'università di Strasburgo e preso il dottorato alla Sorbona in storia moderna e un altro diploma in teologia. Poi sono arrivato a Istanbul, dove sono rimasto undici anni e ho scritto molti libri».

Sa che è difficile starle dietro?

«Lo so. Sembra sempre tutto troppo. E a volte c'è chi non ci crede!».

Una specie di intelligenza artificiale... umana!

«Non so. So solo che sono ipersensibile e ci resto male quando vedo lo scetticismo. Però sono felice di quello che faccio. A Istanbul ho insegnato, viaggiato, studiato e scritto libri. Poi sono tornato in Francia per prendere l'abilitazione a Metz e, nel 2016, mi hanno chiesto di restare a Parigi. Avevo una stanza al convento e il direttore del College mi ha proposto un posto di ricercatore. Due anni dopo, la moda è rientrata nella mia vita come eredità spirituale. Nel gennaio del 2018 comprai un numero di Vogue...».

Un padre domenicano che acquista Vogue?

«Ero con un amico e, dopo aver detto messa, sono entrato in un chiosco di giornali a Lussemburgo e l'occhio mi è caduto lì. Alla chetichella, sì, ma l'ho comperato. Anche se mia madre leggeva Grazia. Comunque, nel 2018 mi sono abbonato a Vogue, è

stata una fase. Ho avviato il progetto di ricerca in Lussemburgo e nel 2019 il seminario a Parigi sulla moda. Nel 2020 il primo libro, “Dio tre volte sarto. Moda, Chiesa e Teologia” e poi ho continuato con “Moda e religioni, vestire il sacro, sacralizzare il look”, “Il vangelo delle vanità. Moda e spirito” e ho chiuso il cerchio con “Critica della moda pura”».

Un libro, l'ultimo di quattro sul tema, dove etica e morale sembrano essersi persi nella moda, quinta essenza, scrive, del capitalismo, nonché causa di vergogna sociale e di idolatria estetica.

«Non ho fatto altro che incrociare le sensazioni. Per mesi mi sono affiancato a un'azienda e ho osservato e fatto domande. Ho capito lì tante cose. Ho capito che la vergogna è alla base del consumismo capitalista, perché fa leva sul fatto che la mancanza di una data apparenza è percepita come vergognosa e l'unico rimedio è l'acquisto, che illude di estinguere la discrepanza. Dunque, la vergogna di non sentirsi alla moda è la nuova colpa attribuita al sistema moda. Lusso o fast fashion alla fine conducono sempre a questo».

Parla anche di moda «femminicida». Non è troppo forte come termine?

«È un'estremizzazione, certo, come potrebbe definirla se non così? Non prende forse sempre di mira il corpo delle donne per poter dirigere il mercato?».

E della narrazione sulla moda green che green non è...

«Non basta parlare di filiera certificata, non c'è solo il dove ma anche il come e il da chi. Materiali benissimo, anche se dubito che tutti i passaggi si possano controllare, ma sulle condizioni di lavoro chi vigila? Nei campi, negli allevamenti: le persone, le condizioni, i salari. Dubito fortemente che tutto questo sia sempre monitorato».

Però alla fine trova anche la strada della redenzione con l'etica del «care», l'etica della cura.

«Devi trovarla, per forza. Così ipotizzo un ideale di moda che sia etica della cura, che parte da noi, però. Attenzione, cura per quello che già si possiede. Dunque, anche riflessione su quello che non ci serve».

Lei indossa un completo impeccabile che sembra appena uscito dalla sartoria.

«Sono cresciuto con una madre sarta, conosco e faccio sempre tante domande su quello che vorrei acquistare. E sì, lo “confesso”, mi piacciono gli abiti belli, quelli tagliati bene. E ne ho, parecchi. Comunque, saio o doppiopetto, sinceramente, non vedo la differenza. Resto chi sono e non ringrazierò mai abbastanza di vedere il mondo con gli occhi di un religioso»

Pubblicazioni sulla Teologia della Moda

Dio tre volte sarto Moda, chiesa e teologia



Il libro è una novità assoluta nel panorama delle scienze religiose. La riflessione si apre con una prima presentazione teologica del vestito e della moda a partire dalla Sacra Scrittura, da alcuni testi della Tradizione cristiana e infine da un memorabile discorso agli stilisti di Papa Pio XII. I primi capitoli si concentrano sull'analisi filosofica e teologica del vestito e della moda, segue una riflessione etica della moda nel mondo contemporaneo. Il vestito è al contempo casa comune, di cui il contemporaneo deve prendersi cura, e l'abito del proprio vicino, dell'altro, a cui non si può non prestare attenzione. Le riflessioni finali aiutano a ripensare il vestito e la moda, nelle loro valenze reali, etiche e infine metaforiche. Infatti il sistema moda influenza il pensiero diventandone una potente metafora.

Alberto Fabio Ambrosio è professore di teologia e storia delle religioni alla Luxembourg School of Religion & Society e direttore di ricerca al Collège des Bernardins. Dirige un

progetto di ricerca comune a entrambe le istituzioni sulle interazioni tra la Moda e le religioni, tra il vestito e le identità religiose. Ha al suo attivo numerose pubblicazioni in diverse lingue, particolarmente sulla mistica islamica, suo primo campo di ricerca, e sulla teologia del vestito e della moda. Il suo libro inaugura la collana "Vestire l'indicibile. Moda e religioni" che l'autore dirige per i tipi di Mimesis.

La moda etica non può sacrificare nessuna delle tre funzioni del vestito: utilità, pudore ed estetica. *Dio è tre volte sarto*, primo designer della storia vestendo Adamo ed Eva con tuniche di pelli

Nel discorso agli artisti del 1964 papa Paolo VI ribadiva che nella creazione artistica c'è un atto spirituale: la riproduzione della Creazione divina.

Dio è tre volte sarto, scrive Ambrosio, che individua tre episodi biblici. Il primo episodio è nella Genesi, quando Dio veste Adamo ed Eva con tuniche di pelli, ancor prima della caduta originaria (*Il Signore fece all'uomo e a sua moglie tuniche di pelli e li vestì*; Genesi 3,21). Alcuni interpreti pensano che quelle tuniche siano la pelle stesa. L'accusa alla moda di essere effimera cade di fronte a questa immagine: persino le tuniche create da Dio per Adamo ed Eva sarebbero state transitorie, anche se fossero durate per tutta la loro vita. Il secondo episodio è in uno dei momenti della Passione, quando Cristo è spogliato dei suoi vestiti e della tunica – che il Vangelo di Giovanni precisa essere senza cuciture, segno di regalità.

I vestiti sono divisi in quattro parti e la tunica tirata a sorte. *«La tunica non può essere divisa – commenta Ambrosio –, deve rimanere segnata dalla marca di fabbricazione, cioè il Cristo».* Nella ricerca del vestito alla moda c'è un riflesso della ricerca del valore assoluto. Il terzo episodio riguarda le vesti degli eletti dell'Apocalisse: bianche, devono durare per l'eternità e tendere alla perfezione – *«fosse anche solo quella del comfort, della praticità, ma la perfezione è anche quella della bellezza».* Le funzioni dei vestiti sono tre, di pari valore: protezione, pudore e ornamento.

L'incarnazione è concettualizzata come l'assunzione della natura umana, di una nuova apparenza: *«Cristo è icona visibile del Dio invisibile. L'apparenza non vuol significare vacuità – il cristianesimo dà consistenza a ciò che all'apparenza è evanescente, cioè il vestito. Le parole del vestito sono utilizzate spesso nella Bibbia per ritradurre concetti fondativi. Da un lato ci sono le metafore fondate su immagini vestimentarie, dall'altra la tensione di un ritorno a una nudità originale, quella degli inizi che è la stessa di Cristo in croce».*

Nel 1957 papa Pio XII si rivolgeva ai modellisti riconoscendone l'importanza

La chiesa, disse il Papa, non biasima né condanna la moda. «Non c'era mai stato nessun pronunciamento esplicito contro la moda. Dall'altro lato il fatto di doverlo affermare mostra che anche senza nessuna condanna ufficiale questa ostilità era stata data per scontata». Per capire quando e perché la moda abbia cominciato ad essere malvista dagli ambienti religiosi, bisogna andare al Diciassettesimo secolo, alla corte francese di Luigi XIII. In questo ambiente nasce la moda come fenomeno sociale, legato a una classe nobiliare che cambiava vestiti alla ricerca di stili e gusti sempre nuovi.

Contestualmente alla nascita della moda nel Diciottesimo secolo, si sono affermati i suoi primi oppositori: non religiosi, ma pensatori laici, i cosiddetti moralisti: tra gli altri Monsieur de Fitelieu, che nel 1642 scrisse *Contre-mode*, e Jean de La Bruyère. *«All'epoca anche alcuni religiosi aderirono a questa condanna della moda e da quel momento la condanna sviluppata dai moralisti è stata assimilata e a volte fatta propria dagli uomini di Chiesa»*, spiega Ambrosio, che tutt'oggi deve difendere di fronte ad alcuni colleghi la sua scelta di occuparsi dello studio teologico della moda.

Il Concilio Vaticano II sulla moda

«Tra gli elementi precursori del Concilio tenutosi tra il 1962 e il 65 ci sono la teologia delle realtà terrestri e la teologia del mondo, da cui nascerà uno dei documenti principali del Concilio: la Gaudium et spes, una costituzione pastorale sulla Chiesa e il mondo moderno, in cui non si condanna il secondo. In quel documento non si parla di moda, ma la si può includere tra le realtà terrestri in esso non condannate».

Habitus e habitat derivano dalla stessa radice etimologica, il participio passato del verbo avere: qualcosa che si ha, in qualche modo si è ricevuto. Entrambi si ricevono e il loro utilizzo è fondato sull'*habitus* in senso latino di abitudine buona, che si costruisce nella ripetizione degli atti. *«Il nostro vestito esteriore è espressione della nostra identità: a forza di portarlo crea un abito interiore, nel senso di habitus, abitudine. Se porto sempre l'abito religioso o se mi vesto sempre da punk, questo crea atteggiamenti interiori. Allo stesso modo, i nostri atti concreti influenzano e costruiscono l'habitat: non posso pensare di rispettare l'habitat, l'ambiente, se non fondo questo rispetto su atti concreti, come scrive papa Francesco nell'enciclica Laudato si'».*

La moda sostenibile o etica non può sacrificare nessuno delle tre funzioni centrali del vestito: utilità, pudore ed estetica

La teologia della moda, scrive Ambrosio, deve fare spazio alla critica, se necessaria, e soprattutto alla presa di coscienza che il sistema della moda deve darsi delle regole etiche.

La moda sostenibile o etica non può sacrificare nessuno delle tre funzioni centrali del vestito: utilità, pudore ed estetica.

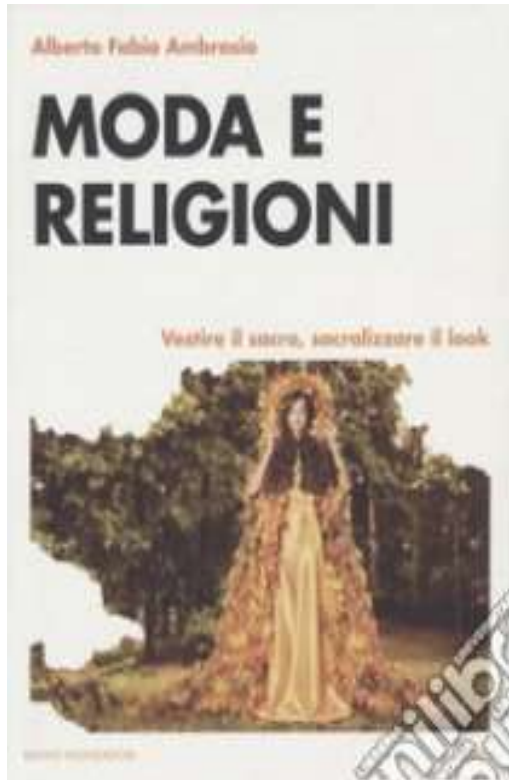
«Un principio teologico, cristiano e cattolico stabilisce che tutto ciò che non è rispettoso della persona e dei suoi valori finisce per non essere buono in se stesso. Bere alcool non è né bene né male secondo il cristianesimo. Esagerare con l'alcool non solo distrugge l'uomo, ma crea come reazione opposta il fatto che qualcuno lo abbia vietato: l'esagerazione diventa autodistruttiva per l'uomo e per l'immagine e salvaguardia stessa dell'alcool». Una moda che non sia rispettosa dell'ambiente finisce per autodistruggersi. «Il vero bene è il vero bello, più vado al vero bene e più vado al vero bello. Una moda etica sarà anche sempre più estetica».

La teologia della moda vuole parlare sia al mondo della moda sia a quello della Chiesa

«Se la Chiesa, il Papa, parlassero di queste cose, questo pensiero diventerebbe azione. Questi concetti sono impliciti al Laudato si' ma non son mai stati esplicitati. Credo che la Chiesa dovrebbe esplicitarli: mostrerebbe a tutte le persone che si stanno impegnando nella moda etica che stanno facendo qualcosa di giusto e la Chiesa è al loro fianco». Ambrosio è figlio di una sarta. Frate domenicano, non veste sempre l'abito: questo è stato possibile solo dopo il Concilio Vaticano II.

«I miei superiori, una trentina di anni fa, ci hanno abituato a non vestirci con l'abito fuori dal convento. L'abito domenicano è bello, ma troppo appariscente: diventa un vestito 'di moda'». L'alternativa è il clergyman, ma i religiosi non lo amano perché ad esso preferiscono il loro abito. «A Bologna, un superiore ci disse: 'Fuori dal convento non portate l'abito e neppure il clergyman. Vestitevi in civile, ma vestitevi bene'. Non c'è niente di peggio di un religioso in abiti civili vestito male», scherza Ambrosio. «Ora indosso jeans Levi's e un maglioncino di una marca qualsiasi. Lo stile non è solo questione di marca – anche se vado al mercato, con pochi euro, so di riuscire a vestirmi bene».

Moda e religioni. Vestire il sacro, sacralizzare il look: Mondadori Bruno 2022



Pioneristico è lo studio qui svolto da Alberto Fabio Ambrosio. La Moda, con la M maiuscola, è presentata come un Sistema di credenze e di relazioni che, nei suoi stessi fondamenti, sembra evocare il sistema del sacro. La Moda è una religione della Modernità, essa è "dea delle apparenze", come suggeriva Mallarmé. Il volume affronta lo studio della Moda intesa sia come metafora religiosa sia come sistema di dottrine, di riti e di un'etica che richiamano le strutture di una religione. L'autore analizza dottrine e rituali della Moda, in uno studio comparativo volto a mettere in luce i punti di convergenza tra i due sistemi. Un esempio fra tutti, la curiosa prossimità dei défilé di moda e delle processioni religiose. Ma la moda non si esaurisce certo in un sistema immobile di dottrine, apparenze e rituali: di fronte alle sfide del mondo contemporaneo, essa si dota di una nuova coscienza, di nuovi valori, di una nuova etica. Il

mondo della moda, sotto attacco per via del violento impatto ambientale della produzione tessile, non potendo più ignorare le istanze etiche di rispetto della natura e del lavoro umano, si riconverte e si riveste di ecosostenibilità. Così l'etica della Moda è al tempo stesso un'estetica, un'arte indossata. E, ancora più che di un'arte, ci suggerisce l'autore, si tratta di una grazia indossata. La comprensione della dea delle apparenze passa attraverso il confronto con alcune dottrine religiose, soprattutto cattoliche, inaugurando un nuovo campo di indagine: quello della filosofia religiosa della moda.

Per una morale contemporanea. Critica della moda pura, Mimesis 2024.



Il libro intende porre le basi di una riflessione sulla Moda quale tema in grado di suscitare domande tanto di natura etica quanto di natura morale. Se gli studi sulla moda ecosostenibile sono ormai numerosi, la riflessione sull'etica e la moda, o ancora meglio sull'etica nella Moda e della Moda, è ancora agli inizi. Per tale motivo queste pagine cercano di dare avvio all'analisi di alcune delle principali problematiche etiche che il settore della moda comporta. Nella fitta rete di relazioni sociali e politiche, la morale, tanto individuale quanto sociale, rinvia direttamente o indirettamente a un sistema valoriale che sconfina nell'universo religioso. La morale della moda necessita un pensiero etico che possa contribuire alla *conversione* del sistema stesso. Troppi elementi socioeconomici ed estetici legati alla moda generano ingiustizia: per questo non può esserci moda senza morale. Incrociando i temi del pudore, **dell'eco-sostenibilità** e la proposta di una nuova visione della moda, il volume si propone di essere una guida ai problemi etici di tale settore, che funga da introduzione al rapporto delicato tra senso moderno e contemporaneo della moda e della morale religiosa e di come queste interagiscano tra loro

Se gli studi sulla moda ecosostenibile sono ormai numerosi, la riflessione sull'etica e la moda, o ancora meglio sull'etica nella e della moda, è ancora agli inizi. Ambrosio sottolinea quanto oggi la moda sia un problema. La morale della moda necessita un pensiero etico che possa contribuire alla conversione del sistema stesso. Troppi elementi socioeconomici ed estetici legati alla moda generano ingiustizia. La grande libertà che la moda ha introdotto nel mondo occidentale non è necessariamente legata a un rispetto sociale.

Il libro di Alberto Fabio Ambrosio è un'introduzione a una morale contemporanea. Una riflessione morale del contemporaneo la cui cifra più rappresentativa è proprio la moda.

L'etica è una riflessione filosofica rivolta ai nostri atti, ai nostri atteggiamenti, al nostro agire e ancor di più all'insieme di criteri che guidano l'azione, i principi e le abitudini che regolano i comportamenti di ogni singolo uomo o di una comunità, sia in generale che in un dato momento storico. Un'etica della moda è possibile e assai interessante, soprattutto oggi che il termine moda non si riferisce più all'ambito squisitamente inteso, ma è una questione di linguaggi e soprattutto di simboli. Quello della moda è un sistema semi-simbolico, giacché una delle caratteristiche della sua comunicazione è il simbolo. In esso si riscontra l'indizio «della situazione dell'uomo al centro dell'essere nel quale si muove, esiste e vuole».

Per comprendere le motivazioni della moda di una data epoca, in particolare la nostra, si potrebbe far riferimento alla teoria secondo la quale l'uomo, sin dall'antichità, ha curato il suo abbigliamento come uno dei più importanti elementi simbolici della propria condizione sociale. Se le peculiarità dell'abito, che servivano a differenziare l'appartenenza dell'individuo alle diverse classi sociali, sono in parte decadute, rimane il fatto che anche oggi la moda non è solo un fenomeno frivolo epidermico salottiero, ma lo specchio del costume, dell'atteggiamento psicologico della persona, della professione, dell'indirizzo politico, del gusto e non solo.

Come avviene che, in un dato periodo, si sia assistito all'avvento di una determinata moda piuttosto che un'altra? Chi l'ha deciso?

Nella congiuntura attuale, cioè di un capitalismo neoliberale, la moda diventa la quintessenza di quel sistema. Per questa ragione Ambrosio ritiene che l'approccio anticapitalista viene sempre più

applicato anche al mondo della moda e del consumo dell'abbigliamento. Tutti i tentativi della moda etica sono in senso generale la risposta anticapitalista all'imperativo finanziario dell'alta moda. Per cui essere alla moda e acquistare i prodotti di lusso non è cedere al sistema solo e soltanto dal punto di vista economico, quanto e più ancora è cedere al principio fondamentale secondo il quale il capitalismo si identifica con una verità assoluta dalla quale è impossibile prendere le distanze. La moda costituisce un problema morale ancor prima di diventare un problema economico, e a maggior ragione in questo frangente storico in cui l'industrializzazione del settore tessile si è sviluppata in maniera esponenziale e senza un apparato legislativo globale.

La moda, qualsiasi essa sia, pone il problema, per Ambrosio, del bene e del male degli atti umani, dell'azione in società, del rapporto tra individuo e collettività. La prima legge perversa di questo sistema è quella dell'idolatria dell'estetica, ovvero quando la bellezza e la ricerca della bellezza assurgono a idolo. E quando l'estetica, cioè la ricerca della bellezza dell'apparenza esteriore, diventa un culto idolatrico si configura allora la questione morale.

Nella cultura contemporanea, che dall'Occidente viene esportata in molte regioni del mondo, il narcisismo individualistico delle società si sviluppa grandemente anche attraverso la moda. Tale fenomeno è da ascrivere, per Ambrosio, a un'idolatria dell'estetica, un culto dell'apparenza della propria individualità. Quanto l'apparire, trasformatosi in ostentazione, è ancora un bene per la persona nelle società occidentali? Queste non si arrestano nella corsa spasmodica alla caccia di novità e di nuovi modi di rappresentare la propria individualità, rafforzando quei sentimenti, quelle emozioni che costituiscono proprio l'apparato della soggettività capitalistica e neoliberale. Il culto idolatrico, spostando tutta l'attenzione sull'estetica, perviene a proiettare le divinità della moda e dell'individuo alla moda nel pantheon sociale.

Nelle società postmoderne e nel neoliberismo capitalista, il culto idolatrico dell'apparire, e forse più ancora quello dell'ostentazione, sono totalmente asserviti al principio economico, dal momento che sganciano la metafisica dell'apparenza, intesa come potenziale positivo, da ogni bene. L'idolatria estetica diviene asservimento al capitale economico che crea la giusta narrativa, attraverso il potere della comunicazione, per rendere indispensabile questa stessa estetica, facendo credere che essa sia diventata un assoluto indispensabile per l'individuo e per le società. Per cui la moda, cioè il mercato delle apparenze e del lusso, produce anche questo contraccolpo, aumentando la competitività delle apparenze, in un immaginario sociale fatto di continui paragoni, lasciando tutti ancora più soli. Ma il vero problema della moda, nell'analisi dell'autore, è il **consumismo**.

Il settore moda è il secondo più inquinante dopo quello petrolifero. A un anno dalla pandemia, che ha portato alla crisi del mercato internazionale, i consumatori hanno sviluppato nuove abitudini che con tutta probabilità continueranno anche nei prossimi anni. Molti consumatori hanno apportato modifiche allo stile di vita per ridurre il proprio impatto ambientale. La pandemia sembra quindi rappresentare un motore importante per lo sviluppo della domanda di moda sostenibile, avendo accelerato l'orientamento di molti consumatori verso acquisti più consapevoli e aziende che seguano modelli di business più responsabili e implementino azioni concrete e misurabili di sostenibilità.⁷ Oggi, i criteri che influenzano i consumatori nelle loro scelte d'acquisto di prodotti di moda sono estetici e materiali ma anche affettivi e valoriali: ciò che indossiamo è in grado di raccontare chi siamo, cosa desideriamo, come viviamo e di quale universo valoriale facciamo parte. La pandemia ha portato i consumatori a valutare con più attenzione cosa acquistare, a selezionare cosa li rappresenta, dando maggiore importanza al valore simbolico e comunicativo dei prodotti. Le aziende hanno oggi una nuova opportunità di creare legami valoriali con i consumatori, e questo spiega perché numerose aziende abbiano recentemente iniziato a comunicare in maniera massiccia la propria strategia di sostenibilità.

Alberto Fabio Ambrosio afferma che la morale della moda è tale perché necessita un pensiero etico che possa contribuire alla trasformazione, alla conversione del sistema stesso. Non può esservi moda senza morale e non perché i centimetri delle gonne non siano pudichi, ma perché troppi elementi socioeconomici ed estetici legati alla moda generano ingiustizia.

Anziché curare l'apparenza, aiutando a costruire il sé più profondo, l'abbigliamento alla moda diventa il mezzo per alleviare solo momentaneamente un senso di abbandono, di profonda solitudine.

In qualche modo il vestito sembra essere una seconda pelle simbolica che manifesta la socialità costitutiva dell'individuo. Ma per fare in modo che egli non giunga ad accentuare eccessivamente il carattere alienante di questa socialità, deve poter mettere in atto il gioco delle maschere. Abbigliarsi è in qualche modo darsi una forma che prevede una trasformazione e non un'adesività rigida. Per Ambrosio la moda in sé stessa non esiste se non riesce a produrre un contro-discorso che può essere tanto critico quanto servile. La dialettica è, infatti, un processo che fa esistere i poli opposti di una data questione. Alla moda che si autoproclama la dea delle apparenze si oppone una antimoda che sceglie di andare a cercare tendenze alternative. L'epoca contemporanea ha spostato l'antimoda, da sempre focalizzata sull'aspetto moraleggiante del pudore secondo il quale l'abbigliamento deve coprire la "vergogna", verso questioni ancora più "indecenti": quelle delle ingiustizie sociali prodotte dal segmento della moda e dallo sfruttamento ambientale. Dire che la moda deve essere etica significa, per l'autore, cambiare solo il colore del modello già costituito.

Se per moda si intende la trasformazione continua dell'abbigliamento, allora certamente ogni civiltà, ogni popolo consta di una storia dell'abbigliamento, e quindi della moda. Che la moda vada decolonizzata è una prospettiva necessaria tanto a livelli di studi della moda quanto e forse ancor di più dal punto di vista della moda vissuta. Tuttavia, sottolinea Ambrosio, decolonizzare la moda non può significare semplicemente affermare che la dinamica della moda esiste in tutte le culture e in numerosi periodi storici. Questa prospettiva, quanto mai vera dal punto di vista storico, culturale ed estetico, non tiene sufficientemente in considerazione il ruolo che la moda cosiddetta occidentale rivendica. La moda quale fenomeno complesso, che implica un'estetica, un'economia e una produzione, è certamente da ascrivere all'evo moderno europeo. Quest'affermazione, tuttavia, non è sufficiente per dire che questo stesso fenomeno, in quanto tale, non lo si possa trovare altrove. È invece la riflessività sul termine stesso e sul fenomeno che fa esistere la moda in maniera se non unica almeno tipicamente europea dapprima e occidentale poi. Da un punto di vista prettamente filosofico, è l'esistenza di una riflessività sul fenomeno stesso che lo fa esistere in modo preciso. È quella moda concepita e prodotta in Europa che diventa lo stigma dell'Occidente e della moda stessa. Qui è insita tutta la problematica della questione filosofica di una decolonizzazione della moda, che finisce per configurarsi come un sistema. L'Europa si pensa esportatrice di una moda che diventa, prima ancora che merce da immettere sul mercato, elargitrice di un pensiero.

Non si può certo trascurare, tra gli altri, l'impatto che procede, *in primis*, dal considerare in che modo fin dall'inizio del Novecento – tra nazionalismo e imperialismo – la moda, concepita come uno dei maggiori indici di espansione e di dominio sui popoli, diventi fondante nella lotta per la supremazia mondiale, specificatamente tra Stati Uniti e Francia.¹¹ Allo stesso modo, non si può tralasciare l'impatto che procede dalla rivendicazione che il ruolo degli Stati Uniti esercitano nel controllare la moda francese attraverso le proprie riviste di moda, i propri *buyers*, nonché la pratica giustificata di copiare i modelli di Parigi, tentando di esercitare una modernità imperialistica della moda, che vede una compiuta realizzazione a partire dal Secondo Dopoguerra. E ciò in un processo in cui viene via via inglobata anche l'Italia.

Il rapporto che unisce tra loro moda e politica è da sempre alquanto controverso e non passibile di un'interpretazione univoca. I *Fashion Studies* hanno affrontato solo marginalmente il rapporto tra moda e politica, con contributi legati per lo più ad aspetti specifici. L'ambito politologico si è dimostrato meno incline a riconoscere tale rapporto, in virtù del fatto che esso chiama in causa la dimensione simbolica della politica. Elisabetta I è forse la prima sovrana dell'epoca moderna a dedicare una grande attenzione alla rappresentazione simbolica del potere attraverso la figura e il corpo stesso del sovrano. Sul piano della moda, la sovrana porterà fino alle estreme conseguenze il processo di astrazione della figura umana già avviato dalla moda spagnola. Ma fu Luigi XIV a comprendere il valore politico della moda come strumento di affermazione della potenza di una nazione. Gli ideali democratici sorti con le rivoluzioni di fine Settecento sono destinati ad arricchirsi di elementi simbolici con l'avvento della lotta di classe e delle grandi ideologie nelle democrazie di

massa del Novecento. È proprio all'interno di queste infatti che l'uso della moda ai fini della rappresentazione simbolica del potere assume aspetti contraddittori. 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 a un *dress code* istituzionale che non la prevede, se non come elemento di disturbo. In realtà il potere ideologico, grazie al suo potenziale di identificazione, finisce per utilizzare la moda nel suo duplice meccanismo di differenziazione/integrazione, promuovendo l'uniformità tra i simili e la differenziazione rispetto al resto del gruppo.

Attualmente la relazione tra moda e politica chiama anche in causa i processi di *personalizzazione*, *leaderizzazione*, *individualizzazione* della politica contemporanea e l'ascesa di quella che è stata definita la "celebrity leadership". Nella politica post-ideologica contemporanea il ruolo della moda diviene pertanto necessario per mettere in scena il pluralismo delle posizioni nel momento in cui il conflitto politico si attenua nei contenuti, ma resta indispensabile ai fini dell'esistenza stessa dei partiti.

La contro-moda, dopo secoli di critica morale, assume negli ultimi decenni del XX secolo, e ancor più nei decenni dell'inizio del XXI secolo, le caratteristiche che si ritrovano nel movimento definito anticapitalista. «Cosa c'entra Karl Lagerfeld con Karl Marx?» L'analisi marxiana permette ancora oggi, per l'autore, di decostruire un sistema profondamente intessuto di ingiustizie economico-finanziarie che divengono oggi ingiustizie ecologiche e planetarie. Ecco allora che si pone, per Ambrosio, il problema, da un punto di vista morale, di come porsi di fronte al sistema moda o all'antimoda, dal momento che entrambe asserviscono il sistema, direttamente o indirettamente.

La moda potrebbe forse apparire come l'ambito più distante a cui associare il termine decostruzione. E tuttavia ampio è l'uso che ne è stato fatto. Qui l'aggettivo "decostruzionista" non definisce una particolare tendenza o scuola, ma sembra riferirsi a qualsiasi approccio riflessivo e problematizzato alla moda dove, in modo analogo all'architettura, l'operazione critica si svolge direttamente attraverso la creazione di opere che sfidano gli assunti "umanistici" fondamentali.

È bene comunque sottolineare quanto nessuno degli artisti decostruzionisti abbiano mai voluto veramente parlare della decostruzione come un metodo di cui appropriarsi o una teoria a cui fare riferimento. Sono stati i critici a concettualizzare l'esistenza di una *deconstructionist fashion*, in un senso perlopiù euristico che realmente descrittivo, per indicare un atteggiamento critico verso il sistema della moda in generale o, più in particolare, verso gli stilemi della moda.

Se la definizione della parola "moda" è ancora di difficile articolazione e costituisce un terreno non ampiamente condiviso dalla critica, l'assunto fondamentale della moda come processo sociale e culturale, comunicativo e identitario, appare ormai assodato nell'affermazione dell'interdipendenza fra abito corpo cultura. Negli ultimi anni la moda si è trasformata sempre più in una pratica di identità provvisorie, in una manifestazione di comportamenti post-moderni che tendono ad abbattere le frontiere fra gli stili per applicare il mix eclettico e modificano, di conseguenza, il concetto di abbigliamento come strumento comunicativo. Ne deriva anche una crisi del concetto di stili di vita, sempre più eclettici transitori mutevoli, che sembra non essere più adeguato alla frammentazione dell'individuo moderno inserito in società multiculturali e pluricentriche, per cui lo stesso discorso della moda è obbligato a ridefinirsi e a utilizzare nuove modalità di comunicazione. L'elemento identitario è particolarmente presente negli studi concernenti il sistema moda non solo perché l'abbigliamento è una delle forme di espressione dell'io, ma anche perché il discorso prodotto dagli attori economici e culturali del settore si basa essenzialmente su una forte definizione dell'identità di marca sia a livello iconico, sia a livello verbale. Il concetto di identità è quindi intrinseco alla creazione stessa della marca che per essere comunicata a un pubblico sempre più diversificato necessita di tratti specifici in grado di proporre valori, uno stile di vita, un'estetica e, addirittura, un'etica e una visione del mondo.

Nello stadio estetico l'uomo non si confronta con l'etica, con i principi e i valori morali, ma vive solo nella contingenza e così la sua personalità non si può né costruire né sviluppare: egli si sofferma a

vivere all'istante, momento per momento. Ma il momento è sempre effimero e chi ha scelto di non scegliere in realtà non s'impegna in un programma di vita. Chi rinuncia a costruirsi un'identità, una personalità definita, alla fine avverte il vuoto e il senso di fallimento della sua esistenza e cade nella disperazione. Lo stadio estetico è infatti lo stadio della disperazione, che però è la condizione che permette di scegliere la vita etica, di aprirsi all'etica. Nello stadio etico l'uomo, per superare la disperazione dello stadio estetico, accetta di vivere conformemente a ideali morali, assumendosi delle responsabilità. Nel passaggio dallo stadio estetico a quello etico si può diventare una persona diversa, ma ciò è possibile solo se avviene quello che Kierkegaard definisce la "scelta esistenziale".

Nella postmodernità acquistano importanza i criteri estetici, l'emozione e il gusto, che erano marginali nell'epoca moderna, razionale e orientata alla produzione. La nuova era mette a disposizione un ampio sventagliamento di esperienze di lavoro e tempo libero. D'altro canto, invece di seguire le pretese di una morale razionale universale, ciascuno si costruisce personali percorsi di vita buona e definisce soggettivamente i modi della sua responsabilità nei confronti dell'altro.

Allo stesso tempo gli esseri umani, lungi ormai dal pensarsi in grado di dominare e migliorare la natura, cominciano a prendere coscienza dei danni ambientali in corso. La questione della moda etica è ovviamente un aspetto della più generale questione del consumo responsabile, che si fa strada perché sono almeno in parte cambiati i rapporti di forza tra produttori e consumatori. Se è vero che la cultura postmoderna è eminentemente emozionale, si comincia a parlare di moda etica quando la ricerca estetica inizia a combinarsi con il riconoscimento del rischio e le richieste di sostenibilità. La moda etica segna da una parte il culmine dell'ambivalenza tipica del postmoderno e dall'altra l'uscita dal puro estetismo che sembrava caratterizzarlo. Non si può ignorare, inoltre, che anche la moda responsabile ha i suoi critici, i quali sostengono si tratti non solo di un mercato di nicchia, e perciò irrilevante, ma anche di un mercato impossibile.

Il vero problema della cultura postmoderna è il suo essere concentrata solo sul presente, incapace di pianificare o almeno prefigurare il futuro. Il nuovo Millennio ha portato con sé un nuovo tipo di immaginazione, che ora riguarda le aspirazioni a un mondo migliore più che all'appagamento estetico. Occorre decolonizzare l'immaginario, ovvero uscire dai vecchi schemi rischiando una parte dei nostri privilegi. L'Immaginazione Etica (IE) è un'abilità complessa che, specie nel caso della moda, ha ancora a che fare con una rappresentazione e perciò con l'emozione estetica, ma riesce anche a sintetizzare ritorno alla tradizione e progettualità, sentimenti di appartenenza e nuove relazioni sociali. Se secondo Appadurai l'immaginazione porta a produrre cambiamenti epocali, la moda etica sembra costruire un ponte finalmente stabile tra produzione e consumo all'interno di nuove "comunità di pratica". La moda responsabile appartiene alla stessa cultura che promuove lo *slow food*, ma la estende a un settore che molto più del cibo è colonizzato dall'estetica e lontano dalle urgenze della miseria e della malattia. La responsabilità per la sostenibilità sembra meno ovvia nella moda e perciò diventa determinante per l'allargamento della sfera d'influenza dell'immaginazione etica.

Non c'è moda senza morale

*Alla fin fine, la morale della moda è tale perché necessita un pensiero etico che possa contribuire alla trasformazione, alla conversione del sistema stesso. Non può esservi moda senza morale e non perché i centimetri delle gonne non siano pudichi, ma perché troppi elementi socioeconomici ed estetici legati alla moda generano ingiustizia. La tradizione ebraica, che è uno dei capisaldi della civiltà europea, insegna nella Bibbia che Dio ha parlato al profeta Mosè con le due **tavole della Legge**. Queste tavole contengono i comandamenti che poi la tradizione cristiana ha sintetizzato con il termine **Dieci comandamenti**. Esse sono una delle possibili basi per una morale, ma quando si ascolta la riflessione ebraica, ben più di quella cristiana, si viene a capo di un fatto estremamente interessante. I dieci comandamenti - cioè le tavole della Legge - sono, a ben guardare, completamente inutili. Cioè Dio sa perfettamente che sono inutili, e questo lo dice una certa teologia ebraica, prima e cristiana poi. L'uomo può raggiungere quel grado di coscienza dei cosiddetti comandamenti senza*

i comandamenti "divini" Non c'è bisogno di un Dio per ordinare quelle ingiunzioni che sono riconoscibili ed evidenti per poco che l'essere umano vi rifletta.

Che non si debba uccidere, non rubare, non desiderare ciò che non è di proprietà, rispettare chi ti ha generato e finanche quel Dio che si pensa e crede essere il Creatore di tutto, ebbene l'essere umano dovrebbe comprenderlo senza troppi sforzi. Ma allora perché Dio decide di consegnare questi comandamenti, di dare le tavole della Legge? Questa domanda, che è ripetuta lungo il corso dei secoli, rimane sempre valida. La risposta oggi è ancora più evidente nelle società moderne che hanno fatto dell'autonomia da ogni legge divina il fondamento della libertà umana. L'uomo non ha bisogno di comandamenti per essere etico, per rispettare il bene dell'altro e il proprio, per essere in comunione con il creato. Se le mentalità ebraica e moderna ipotizzano il fatto che non sia necessario l'intervento di Dio per avere un'indicazione etico-morale, allora perché delle leggi, dei comandamenti? Non per far sentire l'uomo in colpa, ma per liberarlo dalla propria schiavitù.

Per dargli un'indicazione o ancora meglio per ricordargli quale sia la rotta da seguire per la vita in pienezza. Cioè l'essere umano non ha bisogno dei comandamenti per fare il bene, ma ha bisogno che Qualcuno o qualcosa lo aiuti a ricordare dove sia la rotta. Per questo la Legge degli ebrei non è quello che una certa interpretazione cristiana ha sempre attribuito all'ebraismo. Le dieci "parole" non sono leggi, sono un pedagogo, un maestro per condurre il pio ebreo alla vita e non alla morte, alla libertà e non alla schiavitù. Così d'altro canto interpreterà anche san Paolo dicendo che la legge è un pedagogo. Ora, terminando questa critica della moda pura che apre alla questione della morale contemporanea, la digressione sui comandamenti appare inutile o fuori luogo.

Ma non è così. Anche se talvolta ho utilizzato il sintagma "dover essere"; che indica una situazione ipotetica e di bene pensato, non è stato per fare del moralismo ma per confrontarmi con dei principi di filosofia morale o semplicemente della morale. La moda, in fondo, non ha bisogno di comandamenti, perché chi opera in essa sa perfettamente ciò di cui c'è bisogno, politici compresi. Eppure, un decalogo della moda morale potrebbe aiutare a tenere a mente i punti che sono stati presi in considerazione. Se riprendiamo il contenuto dei capitoli, a modo di conclusione sintetica, il primo e fondamentale comandamento potrebbe essere: Non avrai altro Capitale all'infuori della Moda etica. Infatti, si è visto che è la moda improntata all'etica a fare da apripista al nuovo sistema dell'abbigliamento alla moda. Non basta praticare la moda etica, bisogna anche pensarla: è quel che ho tentato di fare. Per questo motivo, non nominare il Lusso invano, come fosse la divinità da adorare in perpetuo. Il secondo comandamento si riferisce al principio vergogna che instaura tutto il processo di acquisto compulsivo, di disputa sociale e infine di continua rincorsa alla perfezione nella produzione. Per sopravvivere al peso della vergogna che mette in atto tanti altri sentimenti, sensi di colpa e azioni talvolta sconsiderate, bisogna ricordarsi di santificare la modestia.

Siamo al terzo comandamento. La modestia non è più, o non è soltanto, il fatto di coprire quelle parti del corpo che destano ancora la curiosità morbosa dell'uomo. La modestia è fatta di tanti aspetti che vanno dal rispetto del lavoro altrui a quello delle risorse della natura. La modestia richiama il pudore che va, in un certo qual modo, onorato. Onora il pudore recita il quarto. Non si tratta del pudore sessuale, ma del fatto che se non si rispetta un certo pudore sociale, la moda diventa una grande ingiustizia tra chi ha i mezzi e chi non li possiede. Certo si può affermare che chi ha i mezzi li ha conquistati a caro prezzo, ma non basta allora la sfrontatezza impudica delle apparenze. La moda deve fare di più perché i morti ci sono stati e ci sono Non si pecchi di tracciabilità Non dire falsa tracciabilità del prodotto è il fondamento del nuovo corso della moda che o sarà trasparente o non sarà più, pena il decadimento di tutta la filiera, tornando all'abito su misura della sarta Perché si rimanga in questa ottica di rispetto, desiderare l'apparenza altrui è fonte di un disordine che va fuggito, perché è proprio la ricerca di questa ostentazione che porta alle azioni più sconsiderate. Non desiderare l'apparenza degli altri: questo nono comandamento, evidente per sé, apre all'ultimo, il decimo, che invita a non desiderare il lusso degli altri, perché ciascuno deve raggiungere quello che più gli corrisponde, in una vera libertà sociale ed estetica.

Questo decalogo sintetizza quanto ho cercato di elaborare e proporre non tanto in tono di consigli - che esulano da una ancora; siamo al quinto comandamento: Non uccidere i lavoratori e le lavoratrici

del tuo sogno con una produzione sconsiderata, con un dispendio illimitato. Il lavoro altrui è troppo prezioso per abbatterlo con l'incuria. Il famoso sesto comandamento, quello degli atti impuri - oggi tornato all'originario testo biblico che ricorda di non commettere adulterio -, ha un'applicazione interessante nel non cedere alla dipendenza da consumo, creando un falso legame non con gli oggetti ma con l'accumulo di esperienze, come abbiamo visto nel terzo capitolo.

Non rubare i vestiti possibile riflessione filosofica morale - ma secondo la prospettiva di una valutazione degli atti che sono orientati alla vita o alla morte delle apparenze della moda. Vi è un'apparenza che può costruire la società, una che abbatte le relazioni umane. La moda ha il grande vantaggio di toccare più piani al tempo stesso, da quello economico e sociale a quello delle apparenze, dell'estetica e dell'ostentazione. Tutto in uno, un all inclusive della società moderna.

E se la morale è quella degli atti e delle virtù, cioè della pratica e delle abitudini, come diceva Hannah Arendt citata in introduzione, così anche la "moda" della morale deve essere quella che si costruisce attraverso attiveri, impegnati, sociali e politici Tutti sono indispensabili: da quello del consumatore responsabile e delle associazioni che federano le energie per diffondere nuovi modi di vivere la moda a quelli dei produttori e dei creativi che godono di un'aura che può servire alla causa comune di una conversione del sistema della moda Per riprendere quanto detto nell'ultimo capitolo, la conversione della moda non può essere generata dal semplice cambio di un vestito. Non è indossando nuovi vestiti (da intendere qui come semplici abitudini) che la moda può rigenerarsi. È nella sinergia di tutti questi atti che può innescarsi un nuovo corso, una nuova pagina nella storia della moda. Perché non pensare la moda come portatrice di novità anche sotto il profilo morale e non delle sole tendenze dell'abbigliamento?

Una guida ai problemi etici del settore moda, tra eco-sostenibilità e nuovi processi produttivi. stiti degli altri. I vestiti possono essere rubati, come si possono rubare i diritti di proprietà intellettuale o industriale, legati alla creazione delle collezioni. E come si rubano, si gettano.

Non rubare i vestiti degli altri implica il profondo rispetto nei confronti dell'oggetto. La moda etica sviluppa appunto un nuovo rapporto con l'abbigliamento tale da prendersene cura, come elementi preziosi di un'esistenza. Perché quegli oggetti sono il frutto di lavoro, di risorse, di una storia che deve essere tracciabile. Se molta parte della moda lo sta facendo - tra l'altro con la campagna del gender - la si attende anche sulle battaglie della giustizia sociale e dell'ecologia. Così non sarà più una semplice moda, ma un settore che produce costumi-abitudini e abiti-veri, buoni e belli.

Sarà morale perché è moda, cioè abitudini, costumi, habitus e virtù.

(Tratto da «Per una morale contemporanea», Mimesis Edizioni)

Interventi del Magistero

PIO PP. XII 8 novembre 1957

**AI PARTECIPANTI AL I CONGRESSO INTERNAZIONALE DI
ALTA MODA PROMOSSO DALLA «UNIONE LATINA ALTA MODA»**

Di gran cuore vi diamo il paterno benvenuto, diletti figli e figlie, promotori ed associati della « Unione Latina Alta Moda », che avete desiderato venire alla Nostra presenza per renderci testimonianza della vostra filiale devozione e, allo stesso tempo, per implorare i celesti favori sopra la vostra Unione, ponendola, fin dal suo nascere, sotto gli auspici di Colui, alla cui gloria deve indirizzarsi ogni umana attività, anche quelle in apparenza profane, secondo il precetto dell'Apostolo delle Genti: « Sia che mangiate, sia che beviate, sia che facciate altra cosa, fate tutto per la gloria di Dio » (1 Cor. 10, 31).

Voi vi proponete di affrontare con vedute ed intenti cristiani un problema, altrettanto delicato che complesso, i cui imprescindibili riflessi morali furono in ogni tempo oggetto di attenzione e di ansietà in coloro cui spetta per ufficio, nella famiglia, nella società e nella Chiesa, di adoperarsi per preservare le anime dalle insidie della corruzione e la comunità intera dalla decadenza dei costumi: il problema, cioè, della moda, specialmente femminile.

È giusto che ai vostri generosi propositi corrispondano la gratitudine Nostra e della Chiesa ed il fervido voto che la vostra Unione, nata ed ispirata da una sana coscienza religiosa e civile, ottenga, mediante l'illuminata autodisciplina degli stessi artefici della moda, il duplice scopo dichiarato nei vostri statuti: moralizzare questo importante settore della vita pubblica, e contribuire ad elevare la moda a strumento ed espressione di benintesa civiltà.

Bramosi d'incoraggiare così lodevole intrapresa, consentiamo volentieri al desiderio espressoCi, di esporvi qualche pensiero, in particolare su la retta impostazione del problema e sopra i suoi aspetti morali, indicandovi altresì alcuni pratici suggerimenti, atti ad assicurare all'Unione una bene accetta autorità in un campo spesso così contrastato.

I - ALCUNI ASPETTI GENERALI DELLA MODA

Seguendo il consiglio dell'antica saggezza che addita nella finalità delle cose il supremo criterio di ogni valutazione teorica e la sicurezza delle norme morali, sarà utile di ricordare quali scopi l'uomo si sia sempre prefissi, ricorrendo al vestito. Senza dubbio egli obbedisce alle tre ben note esigenze dell'igiene, del pudore e del decoro. Sono tre necessità, così profondamente radicate nella natura, che non possono disconoscersi, nè contrariarsi, senza provocare ripulsione e pregiudizio. Conservano il loro carattere di necessità oggi come ieri; si riscontrano quasi presso ogni stirpe; si ravvisano sotto ogni forma della vasta gamma, in cui la necessità naturale del vestito si è storicamente ed etnologicamente concretata. È importante di notare la stretta e solidale interdipendenza fra le tre esigenze, nonostante che scaturiscano da sorgenti diverse: l'una dal lato fisico, l'altra dallo spirituale, la terza dal complesso psicologico-artistico.

L'esigenza igienica del vestito riguarda massimamente il clima, le sue variazioni ed altri agenti esterni, quali possibili cause di disagio o di infermità. Dalla sopraccennata interdipendenza deriva che la ragione, o meglio, il pretesto igienico non vale a giustificare la deplorable licenza, particolarmente in pubblico e fuori dei casi eccezionali di provata necessità, anche nei quali, peraltro, ogni animo bennato non saprà sottrarsi all'angustia di uno spontaneo turbamento, espresso all'esterno dal naturale rossore. Allo stesso modo, una maniera di vestire nociva alla sanità, di cui non pochi esempi sono citati dalla storia della moda, non può essere legittimata dal pretesto estetico; come anche, le comuni norme del pudore debbono cedere al bisogno di una cura medica, che, sebbene sembri infrangerle, le rispetta invece con adoperare le debite cautele morali.

Altrettanto palese, quale origine e scopo del vestito, è l'esigenza naturale del pudore, inteso sia nel significato più largo, che comprende anche la dovuta considerazione per l'altrui sensibilità verso oggetti ripugnanti alla vista; sia soprattutto come tutela della onestà morale e scudo alla disordinata sensualità. La singolare opinione che attribuisce alla relatività di questa o quella educazione il senso del pudore; che, anzi, lo considera quasi una deformazione concettuale della innocente realtà, un falso prodotto della civiltà, e perfino uno stimolo alla disonestà e una fonte di ipocrisia, non è suffragata da nessuna seria ragione; al contrario, essa incontra una esplicita condanna nella sopravveniente ripugnanza in coloro che talvolta ardirono di adottarla come sistema di vita, confermando in tal modo la rettitudine del senso comune, manifesto nelle usanze universali. Il pudore, atteso il suo significato strettamente morale, qualunque sia la sua origine, si fonda sulla innata e più o meno cosciente tendenza di ciascuno a difendere dalla indiscriminata cupidigia altrui un proprio bene fisico, affine di riservarlo, con prudente scelta di circostanze, ai sapienti scopi del Creatore, da Lui stesso posti sotto l'usbergo della castità e della pudicizia. Questa seconda virtù, la pudicizia, il cui sinonimo «modestia» (da *modus*, misura, limite) esprime forse meglio la funzione di governare e signoreggiare le passioni, particolarmente sensuali, è il naturale baluardo della castità, il suo valido antemurale, poiché modera gli atti prossimamente connessi con l'oggetto proprio della castità. Quale sua scelta avanzata, la pudicizia fa sentire all'uomo il suo monito fin da quando acquista l'uso della ragione, anche prima che egli apprenda la nozione di castità e del suo oggetto, e l'accompagna per l'intera vita, esigendo che determinati atti, in sè onesti, perché

divinamente disposti, siano protetti dal discreto velo dell'ombra e dal riserbo del silenzio, quasi per conciliare loro il rispetto dovuto alla dignità del loro grande scopo.

È quindi giusto che la pudicizia, quasi depositaria di beni così preziosi, rivendichi a sé una autorità prevalente sopra ogni altra tendenza o capriccio, e presieda alla determinazione delle fogge di vestire.

Ed ecco la terza finalità del vestito, donde più direttamente trae origine la moda, e che risponde alla esigenza innata, dalla donna maggiormente sentita, di dar risalto alla bellezza e dignità della persona, coi medesimi mezzi che provvedono a soddisfare le altre due. Per evitare di restringere l'ampiezza di questa terza esigenza alla sola bellezza fisica, e molto più per sottrarre il fenomeno della moda alla bramosia di seduzione quale prima ed unica sua causa, il termine decoro è preferibile a quello di abbellimento. L'inclinazione al decoro della propria persona procede manifestamente dalla natura, ed è pertanto legittima.

Prescindendo dal ricorso al vestito per celare le imperfezioni fisiche, ad esso la gioventù chiede quel risalto di splendore, che canta il lieto tema della primavera della vita ed agevola, in armonia coi dettami della pudicizia, le premesse psicologiche necessarie alla formazione di nuove famiglie; mentre l'età matura dall'appropriato vestito intende ottenere un'aura di dignità, di serietà e di serena letizia. In ogni caso in cui si miri ad accentuare la bellezza morale della persona, la foggia del vestito sarà tale da quasi eclissare quella fisica nell'ombra austera del nascondimento, per stornarlo dall'attenzione dei sensi, e concentrare invece la riflessione sullo spirito.

Il vestito, considerato da questo lato più ampio, ha un suo proprio linguaggio multiforme ed efficace, talora spontaneo, e quindi fedele interprete di sentimenti e di costumi, tal'altra convenzionale e artefatto, e per conseguenza scarsamente sincero. In ogni modo al vestito è dato di esprimere la gioia ed il lutto, l'autorità e la potenza, l'orgoglio e la semplicità, la ricchezza e la povertà, il sacro ed il profano. La concretezza delle forme espressive dipende dalle tradizioni e dalla coltura di questo o quel popolo, mentre la loro mutevolezza è tanto più lenta, quanto più stabili sono le istituzioni, i caratteri e i sentimenti, che quelle fogge interpretano.

A dare risalto alla bellezza fisica accudisce espressamente la moda, arte antica, dalle origini incerte, complessa per i fattori psicologici e sociali che vi si mescolano, e che al presente ha raggiunto una indiscutibile importanza nella vita pubblica, sia come espressione estetica del costume, sia come desiderio del pubblico e convergenza di rilevanti interessi economici. Dalla osservazione approfondita del fenomeno risulta che la moda non è solo bizzarria di forme, ma punto di incontro di diversi fattori psicologici e morali, quali il gusto del bello, la sete di novità, l'affermazione della personalità, l'insofferenza per la monotonia, non meno che il lusso, l'ambizione, la vanità. La moda è bensì eleganza, condizionata però da un continuo mutarsi, in tal guisa che la sua stessa instabilità le conferisce il contrassegno più evidente. La ragione del perpetuo suo mutarsi, più lento nelle linee fondamentali, rapidissimo invece nelle variazioni secondarie, al presente divenute stagionali, sembra da ricercarsi nell'ansia di superamento del passato, facilitata dall'indole frenetica dell'epoca contemporanea, che ha il tremendo potere di bruciare in breve tempo tutto ciò che è destinato alla soddisfazione della fantasia e dei sensi. È comprensibile che le nuove generazioni, protese verso il loro proprio avvenire, sognato diverso e migliore di quello dei loro padri, sentano il bisogno di staccarsi da quelle forme non solo di vestito, ma di oggetti e di arredamento, che più palesemente ricordano un modo di vivere che si vuole sorpassare. Ma l'estrema instabilità della presente moda è soprattutto determinata dalla volontà dei suoi artefici e guide, che hanno dalla loro, parte mezzi sconosciuti nel passato, come l'enorme e svariata produzione tessile, la fertilità inventiva dei «modellisti», la facilità dei mezzi di informazione e di «lancio» nella stampa, nel cinema, nella televisione e nelle mostre e «sfilate». La rapidità dei mutamenti è inoltre favorita da una specie di muta gara, in verità, non nuova, tra le «élites», desiderose di affermare la propria personalità con forme originali di abbigliamento, e il pubblico, che immediatamente se le appropria, con imitazioni più o meno felici. Nè deve trascurarsi l'altro sottile e decadente motivo: lo studio dei «modellisti» che, per assicurare successo alle loro «creazioni», puntano sul fattore della seduzione, consapevoli dell'effetto che provocano la sorpresa e il capriccio continuamente rinnovati.

Un'altra caratteristica della moda odierna è che essa, pur restando principalmente un fatto estetico, ha assunto altresì le proprietà di un elemento economico di grandi proporzioni. Alle poche antiche sartorie di alta moda, che da questa o quella metropoli dettavano incontrastate le leggi dell'eleganza al mondo di coltura europea, si sono sostituite numerose organizzazioni, potenti per mezzi finanziari, che mentre soddisfano il fabbisogno

dell'abbigliamento, formano il gusto delle popolazioni, ne stimolano i desideri allo scopo di costituirsi mercati sempre più vasti. Le cause di tale trasformazione sono da ricercarsi, da una parte, nella così detta «democratizzazione» della moda, per cui un sempre più largo numero d'individui soggiace al fascino dell'eleganza, dall'altra, nel progresso tecnico, che consente la produzione in serie di modelli, altrimenti costosi, ma ora resi facilmente acquistabili sul mercato delle cosiddette «confezioni». È sorto in questo modo il mondo della moda, che abbraccia artisti e artigiani, industriali e commercianti, editori e critici, e inoltre, un'intera classe di umili lavoratori e lavoratrici, che dalla moda ritraggono i proventi per vivere.

Benché il fattore economico sia la forza motrice di questa attività, l'anima ne è sempre il «modellista», colui, cioè, che con geniale scelta dei tessuti, dei colori, del taglio, della linea e degli ornamenti accessori, dà vita a un nuovo modello espressivo e gradito al grande pubblico. Non è a dire quanto sia difficile quest'arte, frutto di genialità e di perizia, e molto più, di sensibilità riguardo al gusto del momento. Un modello, del cui felice successo si sia certi, acquista l'importanza di una invenzione; si circonda del segreto, in attesa del «lancio»; quindi, posto in vendita, riscuote alti prezzi, mentre i mezzi di informazione ne danno larga diffusione, parlandone come se si trattasse di un avvenimento d'interesse nazionale. L'influsso dei «modellisti» è tanto risolutivo, che la stessa industria tessile si fa da essi guidare nella determinazione della propria produzione, sia come qualità che come quantità.

Eguale grande è il loro influsso sociale nella parte che ad essi spetta nell'interpretare il pubblico costume; poiché, se la moda è stata sempre l'espressione esteriore delle usanze di un popolo, oggi è tale anche più di quando il fenomeno si svolgeva come frutto di riflessione e di studio.

Ma la formazione del gusto e delle preferenze nel popolo e la direzione stessa della società verso costumi seri oppure decadenti non dipendono solo dai modellisti, bensì da tutto il complesso organizzato della moda, specialmente dalle case produttrici e dalla critica, in quel settore più raffinato che ha per clienti le classi sociali più elevate, assumendo il nome di «Alta Moda», quasi per designare la scaturigine delle correnti che poi il popolo seguirà, pressoché ciecamente e come per magica imposizione.

Ora, di fronte a tanti e così elevati valori, chiamati in causa dalla moda e talora messi a repentaglio, quanti ne abbiamo qui enumerati con rapidi cenni, appare provvidenziale l'opera di persone, tecnicamente e cristianamente preparate, che si propongono di contribuire all'affrancamento della moda da tendenze non commendevoli; di persone che vedono in essa anzitutto l'arte del saper vestire, il cui scopo è bensì, quantunque parzialmente, quello di mettere in moderato risalto la bellezza del corpo umano, capolavoro della creazione divina, però in modo che non resti offuscato ma, al contrario, sia esaltato — come si esprime il Principe degli Apostoli, — «l'ornamento incorruttibile di uno spirito tranquillo e modesto, che è tanto prezioso agli occhi di Dio» (1 Petr. 3, 4).

II –IMPOSTAZIONE DEL PROBLEMA MORALE DELLA MODA E SUE SOLUZIONI

Se non che, conciliare in equilibrata armonia l'ornamento esteriore della persona con quello interiore di «uno spirito tranquillo e modesto» costituisce il problema della moda. Ma esiste davvero — si domandano alcuni — un problema morale intorno ad un fatto tanto esteriore, contingente e relativo, qual è la moda? E, ciò concesso, in che termini va posto il problema, e con quali principi deve essere risolto?

Non è qui il caso di deplorare estesamente la insistenza di non pochi contemporanei nello sforzo di sottrarre al dominio morale le attività esteriori dell'uomo, quasi appartenessero ad un altro universo, e l'uomo stesso non ne fosse il soggetto, il termine e, quindi, il responsabile davanti al Sommo Ordinatore di tutte le cose. È ben vero che la moda, come l'arte, la scienza, la politica e simili attività, cosiddette profane, hanno norme proprie per raggiungere le immediate finalità cui sono destinate; tuttavia il loro soggetto è invariabilmente l'uomo, il quale non può prescindere dal volgere quelle attività all'ultimo e supremo fine, cui egli stesso è essenzialmente e totalmente ordinato. Esiste dunque il problema morale della moda, non solo in quanto attività genericamente umana, ma più specificamente, in quanto essa si esplica in un campo comune, o almeno molto prossimo, ad evidenti valori morali, e, anche più, in quanto gli scopi, per sé onesti della moda, sono più esposti ad essere confusi dalle prave inclinazioni della natura umana decaduta per la colpa originale, e tramutati in occasioni di peccato e di scandalo. Tale propensione della natura corrotta ad abusare della moda condusse la tradizione

ecclesiastica a trattarla non di rado con sospetto e con severi giudizi, espressi da insigni oratori sacri con vivace fermezza, e da zelanti missionari, perfino coi «bruciamenti delle vanità», che, conformemente alle usanze ed alla austerità di quei tempi, erano stimati di efficace eloquenza presso il popolo. Da tali manifestazioni di severità, che in fondo mostravano la materna sollecitudine della Chiesa verso il bene delle anime ed i valori morali della civiltà, non è lecito però di arguire che il cristianesimo esiga quasi un'abiura assoluta del culto o cura della persona fisica e del suo esterno decoro. Chiunque concludesse in questo senso, dimostrerebbe di aver dimenticato quanto scriveva l'Apostolo delle Genti: «Le donne si ornino di abito decente con verecondia e modestia» (1 Tim. 2, 9).

La Chiesa, pertanto, non biasima nè condanna la moda, quando è destinata al giusto decoro e ornamento del corpo; tuttavia non manca mai di mettere in guardia i fedeli dai suoi facili travimenti.

Quest'attitudine positiva della Chiesa deriva da motivi ben più alti di quelli meramente estetici o edonistici assunti da un rinverdito paganesimo. Ella sa ed insegna che il corpo umano, capolavoro di Dio nel mondo visibile al servizio dell'anima, fu elevato dal divino Redentore a tempio e a strumento dello Spirito Santo, e come tale dev'essere rispettato. La sua bellezza non dovrà quindi essere esaltata come fine a sè stessa, tanto meno in guisa da avvilire quella acquisita dignità.

Sul terreno concreto è innegabile che accanto ad una moda onesta se ne dà un'altra invereconda, causa di turbamento negli spiriti ordinati, se non anche incentivo al male. È sempre arduo indicare con norme universali le frontiere tra l'onestà e la inverecondia, poichè la valutazione morale di una acconciatura dipende da molti fattori; tuttavia la cosiddetta relatività della moda rispetto ai tempi, ai luoghi, alle persone, alla educazione non è una valida ragione per rinunciare «a priori» a un giudizio morale su questa o quella moda che nel momento oltrepassa i limiti della normale pudicizia. Questa, quasi senza esserne interrogata, avverte immediatamente ove si annidi la procacità e la seduzione, l'idolatria della materia ed il lusso, o soltanto la frivolezza; e se abili sono gli artefici della moda invereconda nel contrabbando del perversimento, mescolandolo in un insieme di elementi estetici in sè onesti, più destra è purtroppo la umana sensualità a scoprirlo e pronta a risentirne il fascino. La maggiore sensibilità nell'avvertire l'insidia del male, qui come altrove, ben lungi dal costituire un titolo di biasimo per chi ne è fornito, quasi fosse soltanto effetto d'interiore depravazione, è, al contrario, il contrassegno della illibatezza d'animo e della vigilanza sulle passioni. Ma per quanto vasta ed instabile possa essere la relatività morale della moda, esiste sempre un assoluto da salvare, dopo aver ascoltato il monito della coscienza, nell'avvertire il pericolo: la moda non deve mai fornire un'occasione prossima di peccato.

Tra gli elementi oggettivi che concorrono a formare una moda invereconda sta in primo luogo la cattiva intenzione dei suoi artefici. Ove questi si propongano di suscitare coi loro modelli fantasmi e sensazioni non caste, non manca loro, anche senza giungere all'estremo, una tecnica di larvata malizia. Essi sanno, tra l'altro, che l'ardimento in tale materia non può essere spinto oltre certi limiti, ma sanno altresì che l'effetto cercato si trova a breve distanza da questi, e che un'abile mescolanza di elementi artistici e seri con altri più scadenti sono maggiormente atti a sorprendere la fantasia ed i sensi, mentre rendono il modello accettabile alle persone che il medesimo effetto desiderano, senza però compromettere, almeno a parer loro, il buon nome di persone oneste. Ogni risanamento della moda deve pertanto cominciare dalla intenzione sia di chi modella come di chi indossa: nell'uno e nell'altro deve essere ridestata la coscienza di responsabilità per le conseguenze nefaste che possono derivare da un abbigliamento troppo ardito, specialmente se portato nelle pubbliche vie.

Più dappresso, l'immoralità di talune mode dipende, in massima parte, dagli eccessi, sia d'immodestia che di lusso. Quanto ai primi, che praticamente chiamano in causa il taglio, questi debbono essere valutati non secondo l'estimazione di una società in decadenza o già corrotta, ma secondo le aspirazioni di una società che pregia la dignità e la serietà del pubblico costume. Si suol dire sovente, e quasi con inerte rassegnazione, che la moda esprime il costume di un popolo; ma sarebbe più esatto e maggiormente utile dire che esprime la volontà e la direzione morale che una nazione intende prendere, cioè, se naufragare nella sfrenatezza, oppure mantenersi al livello, cui l'hanno innalzata la religione e la civiltà.

Non meno nefasti, benché in campo diverso, sono gli eccessi della moda, quando le si assegna l'ufficio di soddisfare la sete di lusso. L'esiguo merito del lusso, come fonte di lavoro, è quasi sempre annullato dai gravi disordini che ne derivano alla vita privata e pubblica. Prescindendo dallo sperpero di ricchezze che il lusso

eccessivo esige dai suoi adoratori, destinati per lo più ad esserne divorati, esso suona sempre offesa all'onestà di chi vive del proprio lavoro, mentre rivela cinismo di animo verso la povertà, sia col denunciare troppo facili guadagni, sia seminando sospetti sulla condotta di vita di chi se ne circonda. Là, dove la coscienza morale non riesce a moderare l'uso delle ricchezze, sia pure onestamente guadagnate, o si elevano paurose barriere tra classe e classe, oppure l'intera società andrà alla deriva, snervata dalla corsa verso l'utopia della materiale felicità.

L'aver accennato ai danni che la sfrenatezza della moda può cagionare agli individui ed alla società, non significa voler comprimerne la forza espansiva, né coartare l'estro creativo dei suoi autori, e neppure ridurla alla immobilità delle fogge, alla monotonia o a tetra severità, bensì indicarle il retto sentiero, affinché raggiunga lo scopo di essere fedele interprete della tradizione civile e cristiana. Per ottenere ciò, varranno pochi principi, quasi capisaldi nella soluzione del problema morale della moda, dai quali è facile dedurre norme più concrete.

Il primo è di non dare troppo poca importanza all'influsso della moda stessa sia nel bene che nel male. Il linguaggio dell'abbigliamento, come già abbiamo accennato, è tanto più efficace, quanto più frequente e compreso da ognuno. La società, per così dire, parla col vestito che indossa; col vestito rivela le segrete sue aspirazioni, e di esso si serve, almeno in parte, per edificare o distruggere il proprio avvenire. Ma il cristiano, autore o cliente che sia, si guarderà dal far poco caso dei pericoli e delle rovine spirituali, seminate dalle mode immodeste, specialmente pubbliche, per quella coerenza che deve esistere tra la dottrina professata e la condotta anche esterna. Egli ricorderà l'elevata purezza che il Redentore esige dai suoi discepoli, anche negli sguardi e nei pensieri; e ricorderà altresì la severità dimostrata da Dio coi seminatori di scandali. Può essere, a proposito, richiamata alla mente la forte pagina del profeta Isaia, ove si vaticina l'obbrobrio destinato alla città santa di Sion per l'impudicizia delle sue figlie (cfr. *Is.* 3, 16-24); e l'altra in cui il sommo Poeta italiano esprimeva, con parole roventi, la propria indignazione per la inverecondia serpeggiante nella sua città (cfr. *Purg.* 23, 94-108).

Il secondo principio è che la moda dev'essere signoreggiata, anziché abbandonata al capriccio, e supinamente servita. Ciò vale per gli artefici della moda — modellisti e critici —, ai quali la coscienza chiede di non assoggettarsi ciecamente al depravato gusto che la società, o meglio una sua parte, non sempre la più ragguardevole per saggezza, può manifestare. Ma ha valore anche per gli individui, dai quali la dignità esige che si affranchino, con libera e illuminata coscienza, dalla imposizione di determinati gusti, discutibili specialmente in sede morale. Signoreggiare la moda vuol dire anche reagire con fermezza alle correnti avverse alle migliori tradizioni. La padronanza sulla moda non infirma, bensì convalida il detto « la moda non nasce fuori e contro la società », purché a questa si attribuisca, come si deve, consapevolezza ed autonomia nel dirigere sé stessa.

Il terzo principio, anche più concreto, è il rispetto della « misura », ossia della moderazione in tutto il campo della moda. Come gli eccessi sono le cause principali della sua deformazione, così la moderazione conserverà il suo pregio. Essa dovrà agire innanzi tutto sugli animi, regolando la bramosia del lusso, dell'ambizione, del capriccio ad ogni costo. Dal senso della moderazione si lasceranno guidare gli artefici della moda, specialmente i « modellisti », nel disegnare la linea o il taglio, e nello scegliere gli ornamenti di un abito, persuasi che la sobrietà è la dote migliore dell'arte. Ben lungi dall'idea di volerli ricondurre a forme superate dal tempo — del resto non di rado ricorrenti come novità nella moda —, ma solo per confermare il valore perenne della sobrietà, vorremmo invitare gli odierni artisti a soffermarsi, nei capolavori dell'arte classica, su talune figure muliebri d'indiscusso valore estetico, dove il vestito, improntato alla cristiana pudicizia, è degno ornamento della persona, con la cui bellezza si fonde come in un unico trionfo di mirabile dignità.

III – PARTICOLARI SUGGERIMENTI AI PROMOTORI ED ASSOCIATI DELL'«UNIONE»

Ed ora qualche particolare suggerimento a voi, dilette figlie e figlie, in quanto siete promotori ed associati della «Unione Latina Alta Moda». Ci pare che la parola stessa «latina», con cui avete voluto designare la vostra Associazione, esprima, non soltanto una sfera geografica, ma soprattutto l'indirizzo ideale della vostra azione. Infatti questo termine «latino», così ricco di alti significati, sembra esprimere, tra l'altro, la viva sensibilità ed il rispetto per i valori di civiltà, e al tempo stesso il senso della « misura », dell'equilibrio e della concretezza, qualità tutte necessarie ai componenti la vostra Unione. Con Nostro gradimento abbiamo notato che questi

caratteri hanno ispirato gli scopi statuari, da voi cortesemente sottoposti alla Nostra conoscenza, scaturiti da una compiuta visione del complesso problema della moda, ma specialmente, dalla vostra ferma persuasione della sua responsabilità morale. Il vostro programma è pertanto ampio quanto il problema stesso, contemplando tutti i settori determinanti la moda: il ceto femminile direttamente, col proposito di guidarlo nella formazione del gusto e nella scelta dell'abbigliamento; le case « creatrici della moda » e l'industria tessile, affinché, in mutua intesa, adeguino la loro produzione ai sani principi professati dall'Unione; e poichè la vostra Unione si compone di organismi, non semplicemente spettatori, bensì operanti e, quasi diremmo, protagonisti nel teatro della moda, il suo programma si occupa opportunamente anche dell'aspetto economico, al presente reso più arduo dalle previste trasformazioni della produzione ed unificazione dei mercati europei.

Una delle condizioni indispensabili per ottenere gli scopi della vostra Unione è la formazione di un sano gusto nel pubblico. Impresa, per verità, ardua, contrastata talora con premeditato disegno, essa esige da voi molta intelligenza, molto tatto e molta pazienza. Nonostante tutto, affrontatela con animo impavido, certi delle buone alleanze che incontrerete, in primo luogo, nelle ottime famiglie cristiane, che in gran numero conta ancora la vostra patria. È chiaro che la vostra sollecitudine in questo senso, deve essere rivolta massimamente a conquistare alla vostra causa coloro che con la stampa ed altri mezzi d'informazione, dirigono la pubblica opinione. Nella moda, più che in qualsiasi altra attività, il popolo vuol essere guidato. Non che sia sprovvisto di spirito critico in fatto di estetica e di onestà, ma, talora troppo docile, tal altra pigro ad impiegare questa facoltà, accoglie a tutta prima ciò che gli si offre, salvo a rendersi conto più tardi della mediocrità o della sconvenienza di certi modelli. Occorre, perciò, che la vostra azione sia tempestiva. Tra coloro inoltre, che al presente guidano con maggiore efficacia il gusto del pubblico, occupano un posto preminente le persone che godono celebrità, particolarmente nel mondo del teatro e del cinema. Com'è grave la loro responsabilità, così sarà feconda la vostra azione, ove riuscite a guadagnarne almeno alcune alla buona causa.

Un contrassegno proprio della vostra Unione sembra essere lo studio premuroso dei problemi estetici e morali della moda in incontri periodici, come il presente Congresso, a tendenza sempre più internazionale, persuasi, come siete, che la moda dell'avvenire avrà un carattere unitario nei singoli continenti. Adoperatevi dunque di arrecare in codesti convegni il cristiano contributo della vostra intelligenza e perizia, con tale suadente saggezza che nessuno debba sospettare in voi nè pregiudizi di parte, nè debolezza di compromessi. La salda coerenza ai vostri principi sarà messa alla prova dallo spirito cosiddetto moderno, insofferente di freno, e dalla stessa indifferenza di molti verso il lato morale della moda. I sofismi più insidiosi, che sogliono ripetersi per giustificare l'inverecondia, sembrano essere i medesimi dappertutto. Uno di questi fa leva sull'antico detto « *ab assuetis non fit passio* », allo scopo di dare per superata la sana ribellione degli onesti contro fogge troppo ardite. Occorre forse dimostrare quanto sia fuor di luogo l'antico detto in tale questione? Già abbiamo accennato, parlando dei limiti assoluti da salvare nel relativismo della moda, alla infondatezza anche di un'altra fallace opinione, secondo cui la modestia non si confà più all'epoca contemporanea, ormai affrancata da scrupoli inutili e dannosi. Certo si danno gradi differenti di pubblica moralità secondo i tempi, le indoli e le condizioni di civiltà dei singoli popoli; ma questo stato di fatto non invalida l'obbligo di tendere all'ideale della perfezione, nè è un motivo sufficiente per rinunciare alle altezze morali conseguite, le quali si manifestano appunto nella maggiore sensibilità che le coscienze hanno riguardo al male ed ai suoi agguati.

S'impegni, dunque, la vostra Unione con alacre animo in questa lotta, che mira ad assicurare al pubblico costume della vostra patria un grado sempre più elevato di moralità, degno delle sue tradizioni cristiane. Non a caso nominiamo « lotta » l'opera vostra intesa a moralizzare la moda, come è lotta ogni altra intrapresa, che intenda restituire allo spirito il predominio sulla materia. Considerate ciascuna in particolare, esse sono episodi singoli e significativi dell'aspro e perenne combattimento, che deve sostenere quaggiù chiunque sia chiamato a libertà dallo Spirito di Dio; combattimento, di cui l'Apostolo delle Genti descrive con ispirata esattezza il fronte e le opposte milizie. « La carne ha desideri contrari allo spirito, e lo spirito li ha contrari alla carne; son cose opposte tra loro, sì che voi non dovete fare tutto quel che vorreste » (*Gal* . 5, 17). Enumerando quindi le opere della carne, quasi tetro inventario della eredità della colpa originale, egli allinea tra di esse anche l'impurità, cui oppone, quale frutto dello Spirito, la modestia. Impegnatevi generosamente e con fiducia, senza lasciarvi giammai sorprendere dalla timidezza, che fece dire alle milizie, poche di numero ma eroiche, del grande Giuda Maccabeo « Come potremo noi in così pochi combattere contro una moltitudine così grande? » (*1 Mac*, 3, 17). V'incoraggi la stessa risposta del medesimo grande combattente di Dio e della patria : « Il vincere una battaglia non sta nel numero dei soldati, ma dal Cielo viene la forza » (*ibid*. 19).

Con questa celeste sicurezza nell'animo, Ci congediamo da voi, diletti figli e figlie, ed eleviamo le Nostre suppliche all'Onnipotente, affinché si degni di prodigare la sua assistenza sopra la vostra Unione, e le sue

grazie a ciascuno di voi, alle vostre famiglie ed, in particolare, agli umili lavoratori e lavoratrici della moda. Come pegno degli auspicati favori, v'impartiamo di tutto cuore la Nostra paterna Apostolica Benedizione.

Omelia di Paolo VI

7 maggio 1964 - Festa dell'Ascensione

MESSA DEGLI ARTISTI» NELLA CAPPELLA SISTINA

Cari Signori e Figli ancora più cari!

Ci premerebbe, prima di questo breve colloquio, di sgombrare il vostro animo da certa apprensione, da qualche turbamento, che può facilmente sorprendere chi si trova, in una occasione come questa, nella Cappella Sistina. Non c'è forse luogo che faccia più pensare e più trepidare, che incuta più timidezza e nello stesso tempo ecciti maggiormente i sentimenti dell'anima. Ebbene, proprio voi, artisti, dovete essere i primi a togliere dall'anima la istintiva titubanza, che nasce nell'entrare in questo cenacolo di storia, di arte, di religione, di destini umani, di ricordi, di presagi. Perché? Ma perché è proprio, se mai altro c'è, un cenacolo per gli artisti, degli artisti. E quindi dovrete in questo momento lasciare che il grande respiro delle emozioni, dei ricordi, dell'esultazione, - che un tempio come questo può provocare nell'anima - invada liberamente i vostri spiriti.

Vi può essere un altro turbamento, quasi un'altra paralizzante timidezza; ed è quella che può portare non tanto la Nostra umile persona, quanto la Nostra presenza ufficiale, il Nostro ministero pontificio: è qui il Papa!, voi certo pensate. Sono mai venuti gli artisti dal Papa? È la prima volta che ciò si verifica, forse. O cioè, sono venuti per secoli, sono sempre stati in relazione col Capo della Chiesa Cattolica, ma per contatti diversi. Si direbbe perfino che si è perduto il filo di questa relazione, di questo rapporto. E adesso siete qui, tutti insieme, in un momento religioso, tutto per voi, non come gente che sta dietro le quinte, ma che viene veramente alla ribalta di una conversazione spirituale, di una celebrazione sacra. Ed è naturale, se si è sensibili e comprensivi, che ci sia una certa venerazione, un certo rispetto, un certo desiderio di capire e di tacere. Ebbene, anche questa sensibilità, se dovesse in questo momento legare le vostre espressioni interiori di liberi sentimenti, Noi vorremmo sciogliere, perché, se il Papa deve accogliere tutti - perché di tutti è Padre e per tutti ha un ministero, e per tutti ha una parola -, per voi specialmente tiene in serbo questa parola; ed è desideroso, ed è felice di poterla quest'oggi esprimere, perché il Papa è vostro amico.

E non lo è solo perché una tradizione di sontuosità, di mecenatismo, di grandezza, di fastosità circonda il suo ministero, la sua autorità, il suo rapporto con gli uomini, e perché ha bisogno di questo quadro decorativo e espressivo per dire a chi non lo sapesse chi lui è, e come Cristo lo abbia voluto in mezzo agli uomini. Ma lo è per ragioni più intrinseche, che sono poi quelle che ci tengono oggi occupati e che interessano il nostro spirito, e, cioè: sono ragioni del Nostro ministero che Ci fanno venire in cerca di voi. Dobbiamo dire la grande parola che del resto voi già conoscete? Noi abbiamo bisogno di voi. Il Nostro ministero ha bisogno della vostra collaborazione. Perché, come sapete, il Nostro ministero è quello di predicare e di rendere accessibile e comprensibile, anzi commovente, il mondo dello spirito, dell'invisibile, dell'ineffabile, di Dio. E in questa operazione, che travasa il mondo invisibile in formule accessibili, intelligibili, voi siete maestri. È il vostro mestiere, la vostra missione; e la vostra arte è proprio quella di carpire dal cielo dello spirito i suoi tesori e rivestirli di parola, di colori, di forme, di accessibilità. E non solo una accessibilità quale può essere quella del maestro di logica, o di matematica, che rende, sì, comprensibili i tesori del mondo inaccessibile alle facoltà conoscitive dei sensi e alla nostra immediata percezione delle cose. Voi avete anche questa prerogativa, nell'atto stesso che rendete accessibile e comprensibile il mondo dello spirito: di conservare a tale mondo la sua ineffabilità, il senso della sua trascendenza, il suo alone di mistero, questa necessità di raggiungerlo nella facilità e nello sforzo allo stesso tempo.

Questo - coloro che se ne intendono lo chiamano «Einfühlung», la sensibilità, cioè, la capacità di avvertire, per via di sentimento, ciò che per via di pensiero non si riuscirebbe a capire e ad esprimere - voi questo fate! Ora in questa vostra maniera, in questa vostra capacità di tradurre nel circolo delle nostre cognizioni - *et*

quidem di quelle facili e felici, ossia di quelle sensibili, cioè di quelle che con la sola visione intuitiva si colgono e si carpiscono -ripetiamo, voi siete maestri. E se Noi mancassimo del vostro ausilio, il ministero diventerebbe balbettante ed incerto e avrebbe bisogno di fare uno sforzo, diremmo, di diventare esso stesso artistico, anzi di diventare profetico. Per assurgere alla forza della espressione lirica della bellezza intuitiva, avrebbe bisogno di far coincidere il sacerdozio con l'arte.

Ora, se questo è, il discorso si dovrebbe fare grave e solenne. Il luogo, forse anche il momento, si presterebbero; non tanto il tempo che Ci è concesso, e non tanto il programma che abbiamo prefisso a questo primo incontro amichevole. Chi sa che non venga un momento in cui possiamo dire di più. Ma il tema è questo: bisogna ristabilire l'amicizia tra la Chiesa e gli artisti. Non è che l'amicizia sia stata mai rotta, in verità; e lo prova questa stessa manifestazione, che è già una prova di tale amicizia in atto. E poi ci sono tante altre manifestazioni che si possono addurre a prova di una continuità, di una fedeltà di rapporti, che testimoniano che non è mai stata rotta l'amicizia tra la Chiesa e gli artisti. Anche perché, come dicevamo, la Chiesa ne ha bisogno e poi potremmo anche dire di più, leggendovi nel cuore. Voi stessi lo andate cercando questo mondo dell'ineffabile e trovate che la sua patria, il suo recapito, il suo rifornimento migliore è ancora la Religione.

Quindi siamo sempre stati amici. Ma, come avviene tra parenti, come avviene fra amici, ci si è un po' guastati. Non abbiamo rotto, ma abbiamo turbato la nostra amicizia. Ci permettete una parola franca? Voi Ci avete un po' abbandonato, siete andati lontani, a bere ad altre fontane, alla ricerca sia pure legittima di esprimere altre cose; ma non più le nostre.

Avremmo altre osservazioni da fare, ma non vogliamo questa mattina turbarvi ed essere scortesii. Voi sapete che portiamo una certa ferita nel cuore, quando vi vediamo intenti a certe espressioni artistiche che offendono noi, tutori dell'umanità intera, della definizione completa dell'uomo, della sua sanità, della sua stabilità. Voi staccate l'arte dalla vita, e allora... Ma c'è anche di più. Qualche volta dimenticate il canone fondamentale della vostra consacrazione all'espressione; non si sa cosa dite, non lo sapete tante volte anche voi: ne segue un linguaggio di Babele, di confusione. E allora dove è l'arte? L'arte dovrebbe essere intuizione, dovrebbe essere facilità, dovrebbe essere felicità. Voi non sempre ce le date questa facilità, questa felicità e allora restiamo sorpresi ed intimiditi e distaccati.

Ma per essere sincero e ardito - accenniamo appena, come vedete - riconosciamo che anche Noi vi abbiamo fatto un po' tribolare. Vi abbiamo fatto tribolare, perché vi abbiamo imposto come canone primo la imitazione, a voi che siete creatori, sempre vivaci, zampillanti di mille idee e di mille novità. Noi - vi si diceva - abbiamo questo stile, bisogna adeguarvi; noi abbiamo questa tradizione, e bisogna esservi fedeli; noi abbiamo questi maestri, e bisogna seguirli; noi abbiamo questi canoni, e non v'è via di uscita. Vi abbiamo talvolta messo una cappa di piombo addosso, possiamo dirlo; perdonateci ! E poi vi abbiamo abbandonato anche noi. Non vi abbiamo spiegato le nostre cose, non vi abbiamo introdotti nella cella segreta, dove i misteri di Dio fanno balzare il cuore dell'uomo di gioia, di speranza, di letizia, di ebbrezza. Non vi abbiamo avuti allievi, amici, conversatori; perciò voi non ci avete conosciuto.

E allora il linguaggio vostro per il nostro mondo è stato docile, sì, ma quasi legato, stentato, incapace di trovare la sua libera voce. E noi abbiamo sentito allora l'insoddisfazione di questa espressione artistica. E - faremo il confiteor completo, stamattina, almeno qui -vi abbiamo peggio trattati, siamo ricorsi ai surrogati, all'«oleografia», all'opera d'arte di pochi pregi e di poca spesa, anche perché, a nostra discolpa, non avevamo mezzi di compiere cose grandi, cose belle, cose nuove, cose degne di essere ammirate; e siamo andati anche noi per vicoli traversi, dove l'arte e la bellezza e - ciò che è peggio per noi - il culto di Dio sono stati male serviti.

Rifacciamo la pace? quest'oggi? qui? Vogliamo ritornare amici? Il Papa ridiventa ancora l'amico degli artisti? Volete dei suggerimenti, dei mezzi pratici ? Ma questi non entrano adesso nel calcolo. Restino ora i sentimenti. Noi dobbiamo ritornare alleati. Noi dobbiamo domandare a voi tutte le possibilità che il Signore vi ha donato, e, quindi, nell'ambito della funzionalità e della finalità, che affratellano l'arte al culto di Dio, noi dobbiamo lasciare alle vostre voci il canto libero e potente, di cui siete capaci. E voi dovete essere così bravi da interpretare ciò che dovrete esprimere, da venire ad attingere da noi il motivo, il tema, e qualche volta più del tema, quel fluido segreto che si chiama l'ispirazione, che si chiama la grazia, che si chiama il carisma dell'arte.

E, a Dio piacendo, ve lo daremo. Ma dicevamo che questo momento non è fatto per i lunghi discorsi e per fare le proclamazioni definitive.

Però noi abbiamo già, da parte nostra, Noi Papa, noi Chiesa, firmato un grande atto della nuova alleanza con l'artista. La Costituzione della Sacra Liturgia, che il Concilio Ecumenico Vaticano Secondo ha emesso e promulgato per prima, ha una pagina - che spero voi conosciate - che è appunto il patto di riconciliazione e di rinascita dell'arte religiosa, in seno alla Chiesa cattolica. Ripeto, il Nostro patto è firmato. Aspetta da voi la controfirma.

Per ora dunque Ci limitiamo a dei rilievi molto semplici, ma che però non vi faranno dispiacere.

Il primo è questo: che Ci felicitiamo di questa Messa dell'artista e Monsignor Francia ne sia ringraziato; lui e tutti coloro che lo hanno seguito e che ne hanno raccolto la formula. Noi abbiamo visto nascere questa iniziativa, l'abbiamo vista accolta per primo dal Nostro venerato Predecessore Papa Pio XII, Che ha cominciato ad aprirle le vie e a darle cittadinanza nella vita ecclesiastica, nella preghiera della Chiesa; e perciò Ci congratuliamo di quanto è stato fatto su questo filone, che non è l'unico, ma che è buono e che è bene seguire: lo benediciamo e lo incoraggiamo. Vorremmo che voi portaste fuori, a quanti avete colleghi, imitatori, seguaci, la Nostra Benedizione per questo esperimento di vita religiosa artistica che ha ancora fatto vedere che fra sacerdote e artista c'è una simpatia profonda e una capacità d'intesa meravigliosa.

La seconda cosa è questa, notissima, ma deve, Ci pare, in questo momento essere ricordata; ed è che, se il momento artistico che si produce in un atto religioso sacro - come è una Messa - deve essere pieno, deve essere autentico, deve essere generoso, deve davvero riempire e far palpitare le anime che vi partecipano e le altre che vi fanno corona, ha altresì bisogno di due cose: di una catechesi e di un laboratorio.

Non Ci diffonderemo ora a discorrere se l'arte venga spontanea e improvvisa, come una folgorazione celeste, o se invece - e voi ce lo dite - abbia bisogno di un tirocinio tremendo, duro, ascetico, lento, graduale. Ebbene, se vogliamo dare, ripetiamo, autenticità e pienezza al momento artistico religioso, alla Messa, è necessaria la sua preparazione, la sua catechesi; bisogna in altri termini farla prendere o accompagnare dalla istruzione religiosa. Non è lecito inventare una religione, bisogna sapere che cosa è avvenuto tra Dio e l'uomo, come Dio ha sancito certi rapporti religiosi che bisogna conoscere per non diventare ridicoli o balbuzienti o aberranti. Bisogna essere istruiti. E Noi pensiamo che nell'ambito della Messa dell'artista, quelli che vogliono manifestarsi artisti veramente, non avranno difficoltà ad assumere questa sistematica, paziente, ma tanto benefica e nutriente informazione. E poi c'è bisogno del laboratorio, cioè della tecnica per fare le cose bene. E qui lasciamo la parola a voi che direte che cosa è necessario, perché l'espressione artistica da dare a questi momenti religiosi abbia tutta la sua ricchezza di espressività di modi e di strumenti, e se occorre anche di novità.

E da ultimo aggiungeremo che non basta né la catechesi, né il laboratorio. Occorre l'indispensabile caratteristica del momento religioso, e cioè la sincerità. Non si tratta più solo d'arte, ma di spiritualità. Bisogna entrare nella cella interiore di se stessi e dare al momento religioso, artisticamente vissuto, ciò che qui si esprime: una personalità, una voce cavata proprio dal profondo dell'animo, una forma che si distingue da ogni travestimento di palcoscenico, di rappresentazione puramente esteriore; è l'Io che si trova nella sua sintesi più piena e più faticosa, se volete, ma anche la più gioiosa. Bisogna che qui la religione sia veramente spirituale; e allora avverrà per voi quello che la festa di oggi, la Ascensione, Ci fa pensare. Quando si entra in se stessi per trovare tutte queste energie e dar la scalata al cielo, in quel cielo dove Cristo si è rifugiato, noi ci sentiamo in un primo momento, immensamente, direi, infinitamente lontani.

La trascendenza che fa tanto paura all'uomo moderno è veramente cosa che lo sorpassa infinitamente, e chi non sente questa distanza non sente la religione vera. Chi non avverte questa superiorità di Dio, questa sua ineffabilità, questo suo mistero, non sente l'autenticità del fatto religioso. Ma chi lo sente sperimenta, quasi immediatamente, che quel Dio lontano è già lì: «Non lo cercheresti, se già non lo avessi trovato». Parole di Pascal, vero; ed è quello che si verifica continuamente nell'autentica vita spirituale del cristiano. Se ricerchiamo Cristo veramente dove è, in cielo, lo vediamo riflesso, lo troviamo palpitante nella nostra anima: il Dio trascendente è diventato, in certo modo, immanente, è diventato l'amico interiore, il maestro spirituale.

E la comunione con Lui, che sembrava impossibile, come se dovesse varcare abissi infiniti, è già consumata; il Signore viene in comunione con noi nelle maniere, che voi ben sapete, che sono quelle della parola, che sono quelle della grazia, che sono quelle del sacramento, che sono quelle dei tesori che la Chiesa dispensa alle anime fedeli. E basti per ora così.

Artisti carissimi, diciamo allora una parola sola: arrivederci!

**CHIUSURA DEL CONCILIO VATICANO II 8 dicembre 1965:
MESSAGGIO DEL SANTO PADRE PAOLO VI AGLI ARTISTI**

1 Ora a voi tutti, artisti che siete innamorati della bellezza e che per essa lavorate: poeti e uomini di lettere, pittori, scultori, architetti, musicisti, gente di teatro e cineasti... A voi tutti la Chiesa del Concilio dice con la nostra voce: se voi siete gli amici della vera arte, voi siete nostri amici!

2 Da lungo tempo la Chiesa ha fatto alleanza con voi. Voi avete edificato e decorato i suoi templi, celebrato i suoi dogmi, arricchito la sua liturgia. L'avete aiutata a tradurre il suo messaggio divino nel linguaggio delle forme e delle figure, a rendere comprensibile il mondo invisibile.

3 Oggi come ieri la Chiesa ha bisogno di voi e si rivolge a voi. Essa vi dice con la nostra voce: non lasciate che si rompa un'alleanza tanto feconda! Non rifiutate di mettere il vostro talento al servizio della verità divina! Non chiudete il vostro spirito al soffio dello Spirito Santo!

4 Questo mondo nel quale viviamo ha bisogno di bellezza per non sprofondare nella disperazione. La bellezza, come la verità, è ciò che infonde gioia al cuore degli uomini, è quel frutto prezioso che resiste al logorio del tempo, che unisce le generazioni e le fa comunicare nell'ammirazione. E questo grazie alle vostre mani...

5 Che queste mani siano pure e disinteressate! Ricordatevi che siete i custodi della bellezza nel mondo: questo basti ad affrancarvi dai gusti effimeri e senza veri valori, a liberarvi dalla ricerca di espressioni stravaganti o malsane.

6 Siate sempre e dovunque degni del vostro ideale, e sarete degni della Chiesa, la quale, con la nostra voce, in questo giorno vi rivolge il suo messaggio d'amicizia, di saluto, di grazie e di benedizione.

La moda come medium

Moda. Un gioco seduttivo di Eugen Fink.



di **Irene Calabrò** — 13 Maggio 2024

Nel 1990, il marchio Marithé et François Girbaud commissiona a Jean-Luc Godard la comunicazione per il lancio di rivoluzionari jeans. Godard crea *Métamorphojean*, cinque spots pubblicitari di circa venti secondi ciascuno, realizzati seguendo una precisa logica formale: ogni spot si apre con il titolo del lavoro realizzato da Godard e i nomi dei committenti; in sottofondo, canti e voci di uomo e di donna che ripetono incessantemente “*la mode*”, quindi appaiono dei modelli, nudi o mezzi vestiti, che assumono pose quasi fossero dei *tableaux vivants*. A quei modelli, seguono immagini prelevate dalla storia dell’arte e dalla storia del cinema. Ogni spot è dedicato a un tema: l’arte, la guerra, la bellezza, l’amore, il cinema, e alla capacità di ognuno di metamorfizzare la realtà. La moda, allora, sembra diventare, per Godard, un mezzo in cui risuonano questioni estetiche fondamentali, ossia dove è *in gioco* la sensibilità, quindi il modo in cui l’uomo commercia con il sensibile. Infatti, la moda appare come il medium fondamentale che contiene la capacità dell’arte di “non vedere”, ma di *metamorfizzare*; della guerra di “non comprendere”, ma di *metamorfizzare*; della bellezza di “non

ascoltare”, ma di *metamorfizzare*; dell’amore di “non pensare”, ma di *metamorfizzare*; del cinema di “non parlare”, ma di *metamorfizzare*. Nella serie godardiana, la moda sembra apparire in quanto fenomeno fondamentale attraverso cui riflettere sul modo in cui l’uomo storicamente ed esteticamente esiste: anche chi ha innalzato il cinema all’altezza del pensiero, se non della filosofia, ma di una filosofia per immagini in movimento, non è quindi esente dal confronto con un “oggetto” così effimero eppure così centrale nella contemporaneità.

La pubblicazione di *Moda. Un gioco seduttivo* di Eugen Fink (Einaudi, 2024), tradotto da Vincenzo Santarcangelo e curato da Giovanni Matteucci, ha proprio il merito di considerare *La moda come fenomeno-chiave della filosofia* – che è anche il titolo della prefazione di Matteucci al testo di Fink – oltre che della contemporaneità. Nella sua prefazione, Matteucci – che ha già firmato un importante volume dedicato alla centralità della moda nella riflessione estetica contemporanea (2017) – **mostra come la moda sia per Fink molto più di un *divertissement***: contro il «discredito filosofico della moda contro cui Fink spesso si pronuncia» (Matteucci 2024, p. IX), a quel fenomeno è invece riconosciuto «uno statuto filosofico speciale, lo statuto di fenomeno-chiave» (Fink 2024, p. 96).

Il pensiero di Fink, infatti, che «si origina all’incrocio tra il versante husserliano e quello heideggeriano del pensiero novecentesco» (Matteucci 2024, p. VII), **scorge nella moda un fenomeno centrale da analizzare per continuare a «indagare le strutture che qualificano l’essere umano nella sua esistenza mondana»** (p. IX), **sempre a partire dalla più rivoluzionaria acquisizione fenomenologica: l’essere umano non possiede il corpo [Körper], quasi fosse un oggetto; esso è innanzitutto corpo vivente [Leib]**. Nel corpo vivente, infatti, si attesta il tramonto di «ogni ipotesi di precostituzione tanto della soggettività quanto dell’oggettività rispetto alla scena vivente in cui opera una realtà esperienziale fatta di nessi e connessioni nella continuità di mente, corpo e mondo» (ivi, pp. IX-X), dove l’essenza fa tutt’uno con l’esistenza, ossia dove «l’ordine delle “forme immutabili” e quello dei “processi contingenti” appare mutuo e inestricabile» (ivi, p. X). L’essere umano esiste, dunque, sempre in una sorta di stato di medietà; nella sua «esistenza di mezzo», si «incontrano fenomeni contraddistinti da uno statuto intrinsecamente ambiguo, o quantomeno biunivoco. A questi si volge la filosofia di Fink, che dunque si imbatte nella moda nell’atto di torcersi in un’antropologia radicale» (ivi, p. X).

È il 1969 quando le riflessioni di Fink sulla moda vengono pubblicate per la prima volta: il periodo della più feroce mutazione antropologica, si potrebbe dire con Pasolini, in cui il fenomeno della moda sembra presentarsi, proprio nel suo potere massificante, in quanto mezzo in grado di captare, produrre, mediare il desiderio. In effetti, **Fink tenta di comprendere quell’apparizione nella sua capacità di costruzione di senso, ossia nel suo essere un linguaggio che gioca con il desiderio**; la sua riflessione si pone allora al di là di chi considera «l’abito solo come mezzo per coprire le nostre nudità o come insieme di semplici indumenti utili a ripararci dalle avversità atmosferiche o necessari per il lavoro» (Fink 2024, p. 22), quindi allontanandosi anche da chi considera il fenomeno della moda in maniera superficiale e giudicante.

È proprio a partire dall’idea che la moda sia un gioco in cui si *gioca* con il desiderio che è possibile cogliere il senso del sottotitolo di *Moda* di Fink: *un gioco seduttivo*. Il corpo vivente è sempre immerso in un ambiente, ossia è sempre preso nelle relazioni “commerciali” con le cose del mondo, quindi con gli altri corpi viventi, in cui «lavoro, lotta, amore, gioco e culto dei morti» «costituiscono i campi di vita essenziali della comunità umana»; in cui si «situano i fenomeni sociali: economia e tecnica, governo e stato, matrimonio e famiglia, festa, celebrazioni, passatempi e, infine, quella devozione con la quale si celebrano i riti funebri fin dall’antichità più remota» (ivi, p. 17).

La moda in quanto fenomeno sociale, in virtù della sua costitutiva medietà priva di finalità, si situa proprio all’interno del gioco, che è «privo di ogni carattere strumentale», e a cui «pertiene il

tempo della presenza» (Matteucci 2024, p. XIV). Per quanto privo di finalità, il gioco è un fenomeno di base che non si verifica accanto e al di fuori della serietà dell'esistenza ma, piuttosto, replica e rispecchia nella propria sfera tutte le imprese serie al modo del come se: parafrasa ironicamente quel che è serio, mette in scena onori, titoli, questioni importanti, affari e conflitti, fa comparire magicamente un mondo di apparenza e nondimeno non vi soccombe.

Gli esseri umani trascorrono il proprio tempo libero in un grande gioco di società che abbraccia una miriade di piccoli giochi particolari (Fink 2024, p. 67).

Nella contemporaneità, la moda diviene un gioco decisivo a cui partecipano «attivamente più esseri umani di quanto mai in passato», dal momento che, secondo Fink, la società tecnologica concede a tutti le condizioni di possibilità per partecipare al gioco della moda: tempo libero e mezzi finanziari (cfr. *ivi*, p. 74). Fink considera quell'ampliamento di possibilità non in quanto "livellamento", ma come una possibilità di elevare le masse «a un gusto raffinato» (*ibidem*), ossia, sembrerebbe pensare, elevare le masse al bello. In effetti, appare critico proprio nei confronti dell'uso della moda da parte dei giovani che, negli anni in cui scrive, attentano al bello (cfr. *ivi*, p. 76), sebbene facciano sbocciare ovunque primavera che mettono in questione le stagioni della moda, in cui l'effimero e il sempre diverso di quella tecnica si accordano alla ripetizione dell'identico del «ritmo della natura» (*ivi*, p. 20). Per Fink, allora, il gioco della moda dovrebbe essere regolamentato, in quanto è «compito culturale e pedagogico di prim'ordine far sì che l'essere umano raggiunga un'autoconsapevolezza in quanto giocatore» (*ivi*, p. 76).

È possibile pensare che Fink suggerisca una necessaria conduzione del gusto volta a frenare le derive barbare del fenomeno della moda proprio a causa del carattere *seduttivo* di quel "gioco di società". Il corpo vivente, infatti, non solo avverte l'esigenza di coprire la propria nudità, celando la vergogna, distinguendosi, così, dall'animale; riflette anche sulla *maniera* in cui ricusare la propria nudità, o richiamarla, velarla, esibirla artificialmente. **La moda, allora, è seduttiva nella misura in cui gioca con la nudità e con la carica erotica che appartiene a ogni corpo: gioca con quella potenza, senza neutralizzarla** (cfr. Matteucci 2024, p. XXIII). È seduttiva perché sublima – «tutti coloro che creano e danno nuove forme alla moda devono avere buona conoscenza dei contenuti psicoanalitici» (Fink 2024, p. 45) –; è seduttiva perché veicola o, meglio, governa i desideri – un governo, però, che fa leva sulla libertà: **il fenomeno della moda, oggi, non impone un *diktat*, bensì offre un campo in cui giocare liberamente, nella tensione tra livellamento e unicità del singolo.**

È, allora, possibile leggere le riflessioni di Fink sulla moda come un tentativo della filosofia di mediare un fenomeno che è esso stesso medium privo di finalità e che tuttavia decide, di volta in volta, del commercio sensibile dei corpi viventi? **Proprio per la sua capacità di esibire le contraddizioni che riguardano il corpo vivente, la moda è quel medium che per mezzo di abiti "media" un senso** (cfr. *ivi*, p. 54), ossia che presenta un potenziale discorsivo costruttore di relazioni di senso. E tuttavia, come nota già Simmel nel 1910 (Simmel 2015) – le cui riflessioni Fink sembra conoscere, nonostante non lo citi (cfr. Matteucci 2024, p. VIII) –, proprio in quell'apparizione di relazioni di senso è implicita la sparizione di ogni senso: l'ingovernabile del corpo vivente.

Macché effimera, la moda è segno dell'unicità umana. Parola di filosofo

Eugen Fink, allievo di Husserl, si concede una "scappatella filosofica" in un campo insolito. Ne esce un saggio rigoroso su come attraverso il vestiario l'uomo dà forma alla propria esistenza



«L'abito è una prerogativa dell'essere umano, una sua invenzione e una sua creazione, un costrutto artificiale di quell'unico, strano animale che non si accontenta di rimanere così come lo ha fatto la natura, che si rimodella in continuazione, si circonda di forze generative, si difende con le armi, si attrezza con strumenti tecnologici, costruisce abitazioni, va a vivere in specifici insediamenti con i suoi simili, assecondando usi e convenzioni, e che impone ordini? **L'abbigliamento è un segno distintivo della cultura umana**» scrive Eugen Fink (1905-1975) in **un saggio apparentemente anomalo**, *La moda. Un gioco seduttivo* (pagine 128, euro 17), a cura di Giovanni Matteucci, da oggi in libreria per l'editore Einaudi. Talmente bizzarro, il saggio, all'interno della sua produzione che la stessa figlia, in una nota biografica, non esitò a definirlo una "scappatella filosofica".

Già perché **la moda, di primo acchito, non è certo un tema che si addice a uno degli allievi prediletti dell'austero Edmund Husserl**, che non a caso scrisse la *Sesta meditazione cartesiana*, quasi a completamento delle cinque che il suo maestro tenne all'Amphithéâtre Descartes della Sorbona nel febbraio del 1929. Né tantomeno si attaglia a un austero docente di filosofia e pedagogia dell'università di Friburgo im Breisgau. Come dare conto, dunque, di un interesse così futile da parte di chi, insieme a Ludwig Landgrave, cominciò a organizzare, dopo il 1938, il lascito postumo di Husserl arrivato a Lovanio grazie all'intervento del francescano Herman Van Breda?

Di là del fatto che la moda era stata già oggetto di riflessione, sociologica e filosofica, per opera di Georg Simmel, l'uso che ne fa Eugen Fink non stabilisce certo una corrispondenza di amorosi sensi con la filosofia pop oggi in voga. Per quanto il volumetto sia occasionale, non costituisce un corpo estraneo al suo cammino di pensiero. L'occasione è la supplenza, avvenuta nell'anno accademico 1963-1964, di un collega ammalato all'ateneo di Basilea. Nel corso della sua permanenza nella città elvetica, Fink fa la conoscenza di un commerciante tessile, Walter Spengler, appassionato di filosofia. Sua era la convinzione che da una formazione filosofica i responsabili delle diverse filiali svizzere della azienda di famiglia avrebbero tratto giovamento. Fink, solleticato dall'idea e in anticipo sui tempi, diede corso a questa esperienza. Così, qualche anno dopo, nel 1967, diede avvio ad alcuni seminari in Svizzera destinati ai dipendenti di Spengler, che poi confluirono nel testo ora disponibile per il lettore italiano.

La questione della moda rientra appieno nell'orizzonte filosofico che Fink, passo dopo passo, costruisce in seguito a un serrato dialogo critico con Edmund Husserl e con Martin Heidegger, intrecciando quanto il suo maestro aveva pensato intorno al mondo della vita e il relatore della sua tesi di dottorato sulla storicità dell'Essere. Prospettive arricchite con una originale ricezione del pensiero di Nietzsche oltre che dei suoi amati presocratici, in particolare Eraclito. Dall'incontro di tutte queste contaminazioni nasce una visione filosofica, quella di Fink, da cui germogliano le basi per una singolare concezione filosofica, che **rimette in discussione la relazione tra uomo, storia e cosmo caratteristica del pensiero moderno. Ne deriva una originale antropologia filosofica** per cui **«lavoro, lotta, amore, gioco e culto dei morti - ammonisce il pensatore tedesco - costituiscono i campi di vita essenziali della comunità umana**. È in tali ambiti che si situano i fenomeni sociali: economia e tecnica, governo e stato, matrimonio e famiglia, festa, celebrazioni, passatempi e, infine, quella devozione con la quale si celebrano i riti funebri sin dall'antichità più remota». Qui **si eclissa quella dimensione economicista dominante nel Novecento, ed emerge la centralità del gioco**, che

non solo assurge a simbolo del mondo, come recita il titolo di un altro suo lavoro da tempo introvabile, ma anche a elemento costitutivo di quel mondo della vita, in cui ogni uomo si trova incarnato e mai isolato, ma sempre in relazione con altri simili attraverso il proprio corpo.

«La socievolezza vive nell'elemento del gioco - spiega Fink-. Il gioco umano è un fenomeno di base che non si verifica accanto e al di fuori della serietà dell'esistenza ma, piuttosto, replica e rispecchia nella propria sfera tutte le imprese serie al modo del come se: parafrasa ironicamente quel che è serio, mette in scena onori, titoli, questioni importanti, affari e conflitti, fa comparire magicamente un mondo di apparenza e nondimeno non vi soccombe». «Il gioco - continua - è in modo particolare legato al corpo vivo e tale da renderlo attivo: nella danza e nel girotondo festoso, nelle rappresentazioni in maschera e nella tragedia, o negli scherzi spensierati che generano il riso».

In questa cornice si incastona **la riflessione sulla moda, un fenomeno che esprime le modalità con cui l'uomo abita, incarnato, il mondo, e attraverso il suo agire giocoso ne disegna le forme**. «L'essere umano - precisa Fink - non procrea e non dà alla luce allo stesso modo dell'animale; si comporta in modo da procreare e generare elevando questi fenomeni biologici a un significato trasfigurato, conferendo loro profondità e intimità, creando una famiglia, mettendo su casa e un focolare, costruendo un letto e una culla, coprendo il proprio corpo nudo con abiti e ornamenti giocosi». **Anche attraverso la moda l'essere umano conferisce, dunque, una forma specifica alla propria esistenza, crea la sua propria libertà e restituisce al mondo la sua varietà di forme**. Per questo l'uomo non vive semplicemente, ma vive in modo responsabile. Esiste, in carne e ossa, a suo rischio e pericolo, mettendosi in gioco col proprio agire e dando forma al mondo grazie al gioco stesso. Così **«il mondo e l'esistenza umana, pur restando inalterati nelle cataratte del tempo, brillano di volta in volta in mille disparati modi di apparire, dando forma a una superficie colorata, variegata e frastornante»**.

Tutto questo è possibile non solo se l'uomo gioca ma se lo fa, agendo con tutto se stesso, corpo compreso, perché «le menti disincarnate, per quel che si può presumere, non possono amare, non possono procreare e partorire, non possono lavorare, non possono inventare strumenti e macchine, non sono vestite, non vivono in abitazioni, non fondano città e stati, non possono giocare né morire». Considerazioni non banali per oggi, travolti come siamo dalla retorica sull'intelligenza artificiale.

Eugen Fink e la Moda: ben più di una “scappatella filosofica”

A inizio aprile di quest'anno, Einaudi ha consegnato al panorama editoriale italiano l'edizione tradotta di *Mode... ein verführerisches Spiel*; un testo che, oggi come allora, segna un'anomalia nella tradizione filosofica occidentale. Apparso per la prima volta in tedesco nel 1969, il testo di Eugen Fink (1905 – 1975) fa luce su un fenomeno largamente disprezzato dal pensiero filosofico, a causa di un aristocratico sentimento di altezzosità nei suoi confronti: la moda (con la dovuta eccezione, ed unica del suo spessore, di Georg Simmel, col suo testo *Die Mode* del 1911, trad. it. *La Moda*, SE, Milano 1996). Il saggio viene preceduto da una ricca introduzione di Giovanni Matteucci, docente di estetica filosofica all'Università di Bologna e curatore dell'edizione italiana, in cui, attraverso costanti rimandi al testo e alla bibliografia dell'autore, si offre al lettore un'attenta esegesi del pensiero finkiano.

“L'abbigliamento è un segno distintivo della cultura umana” (pag. 4), scrive Fink, e in quanto tale è meritevole di un'indagine estetica, fenomenologica e antropologica che riesca a liberarsi dei pregiudizi che la attorniano in favore di una vera, e prima, *filosofia della moda*. Nonostante la fama e l'autorità di Fink nel pensiero novecentesco, allievo diretto di grandi pensatori quali Husserl e Heidegger, le sue riflessioni sulla moda sono rimaste sostanzialmente ignorate. Persino la figlia, in una nota biografica, arriva a definirle un mero *divertissement*, o, per usare le sue stesse parole, una

“scappatella filosofica” (pag. VIII). L’introduzione a cui abbiamo accennato torna qui utile non solo a condensare il pensiero dell’autore tedesco, ma anche a dimostrare come “il suo interesse per la moda abbia profonde radici nei capisaldi della sua prospettiva generale” (pag. IX), smentendo fin da subito l’ipotesi dispregiativa della “scappatella”.

L’occasione per la stesura del saggio furono alcune lezioni di supplenza di un collega malato all’Università di Basilea, dove un fortuito incontro con un commerciante tessile appassionato di filosofia portò l’autore a sostenere una serie di seminari per i capodivisione delle sue filiali svizzere. Alcuni dei temi di questi seminari, condotti tra il ’67 e il ’69, vennero poi raccolti nel testo pubblicato alla fine del medesimo anno, presentando in modo originale i pensieri del filosofo sulla moda. Per quanto il libro sia derivato da materiali seminariali, fatto che spiega probabilmente l’assenza di confronti diretti coi precedenti saggi sul tema, tra cui il sopracitato Simmel che Fink conosceva molto bene, non lo si deve certo credere un testo superficiale o di poco spessore. Al suo interno l’autore arriva a conferire alla moda lo statuto speciale di “fenomeno-chiave” (pag. 96) dell’esistenza umana, dimostrandone la dignità come oggetto di studio per le scienze umane e filosofiche.

L’argomentazione finkiana apre il testo affondando le radici nella dimensione storica dell’uomo, partendo da una rielaborazione della teoria kantiana sulle origini dell’essere umano. Riflettendo sul poco conosciuto scritto *Inizio congetturale della storia degli uomini*, pubblicato da Kant a cavallo tra la prima e la seconda critica, Fink ripercorre le tappe che hanno portato l’essere umano alla sua ascesa come specie dominante del pianeta. Sono quattro i passi fondamentali di questo percorso: (1) la conquista irrinunciabile del razionalità, la libertà che si concretizza nell’essere privati della facoltà di perderla, lo spezzarsi delle catene dell’istinto animale in favore dell’incredibile fascino della scelta; (2) la sottrazione della sessualità al dominio dei sensi, il potere nei confronti di un desiderio sessuale svincolato dai ritmi biologici e, di conseguenza, la scoperta della pudicizia e del potere erotico del *coprirsi* e *scoprirsi*; (3) la progettualità nei confronti di un tempo slegato dall’immediatezza dell’attimo, la conoscenza dell’ora conscia dell’orizzonte passato e futuro tradotta nel valore prettamente umano della *cura*; infine, (4) l’assoluto specista nei confronti della natura su cui l’uomo si eleva a scopo finale, l’auto-assunzione del diritto di governare tutto ciò che non gode della sua stessa libertà.

Da ciò il ruolo assolutamente unico dell’essere umano, l’unico essere a cui “è stato ‘assegnato’ il compito di auto-forgiarsi” (pag. 12). L’unico essere che conferisce alle sue capacità di creare e procreare un valore profondo e intimo. L’uomo è sia un prodotto che *creatore*, un creatore la cui materia prima per la propria, unica, attività istitutrice di senso è *se stesso*, spiritualmente e materialmente. Proprio da qui, dalla dimensione materiale dell’esistenza creatrice umana, Fink si scaglia contro un’altra tradizione denigratoria del pensiero occidentale: la svalutazione del corpo. La materialità dell’uomo vista come ancora che “disturba il libero volo dell’intelletto” (pag. 13).

Fink ribalta questo obsoleto pregiudizio affermando che, al contrario, esistiamo in quanto corpo, in quanto esseri incarnati e aperti al mondo. La ragione e la libertà umana vivono radicati nella corporeità dell’uomo pervadendo ogni ambito essenziale della nostra vita. Non può sussistere, in conclusione, una rivalutazione socio-filosofica della moda e dell’abbigliamento umano senza, in primo luogo, una rivalutazione del valore e della dignità della corporeità umana su cui essa si posa.

Dopo questa lunga, benché essenziale, digressione Fink entra a gamba tesa nel tema della moda come fenomeno sociale. Parte perciò da una definizione di cosa possiamo intendere per “moda”. Al di là degli usi colloquiali e metaforici del termine, “la ‘moda’ è un fenomeno caratterizzato dal rapido mutamento in brevi periodi di tempo, soprattutto per quanto concerne l’abbigliamento umano” (pag. 20). Proprio questa sua incostanza, il fatto che sia continuamente cangevole e di breve durata, è fonte di molti dei pregiudizi che si nutrono nei suoi confronti; frutto dell’ennesima convinzione filosofica

per cui il giudizio di valore debba coincidere col carattere di durevolezza e persistenza alla sfida del tempo. Altre invettive sostengono che la moda non sia altro che un'inutile ostentazione di lusso, un superfluo spreco di risorse oltre il necessario, o soltanto uno stratagemma dell'industria tessile per rimpolpare costantemente il mercato. Queste sono le critiche di quelli che Fink chiama "gli oscurantisti", coloro che non comprendendo il ruolo del *bello* nell'economia e nella società umana e riducono l'abito a un mero strumento per la copertura del corpo o per il riparo dalle intemperie. Al contrario, ribadisce l'autore, "il corpo vivente è la realtà concreta dell'essere umano" (pag. 23), che esprime se stesso e le sue strutture di esistenza non solo tramite parole e azioni, ma anche tramite tutto un corollario di gesti, espressioni, atteggiamenti e, non da ultimo, anche col modo di vestire. Proprio con quegli "oggetti culturali" che indossa sul proprio corpo manifesta il proprio gusto, la propria cultura e, soprattutto, se stesso.

Il valore espressivo del vestiario è immediato ed estremamente comunicativo. È fonte di autorappresentazione del soggetto che, non prescindendo mai dall'utilità e dall'impiego degli abiti opportuni per l'occasione opportuna, ha occasione di esprimere il proprio essere e i propri pensieri ancor prima di aprire bocca. Importante proprio in questo senso è stata la capacità della moda, nei tempi moderni che si affacciavano già negli anni di Fink, di espandere la propria sfera di influenza e di comunicatività al di là delle occasioni festive ed esplicitamente conviviali. La sua presenza ha scavalcato i soli eventi dell'alta società, permettendo il suo ingresso anche nel quotidiano – rivoluzionandosi, internazionalizzandosi ed espandendo il terreno di gioco a tutte le età e ceti sociali.

La moda, quindi, fa parte delle manifestazioni della vita sociale pubblica, è il modo in cui "ciascuno può comunque dare risalto alla propria individualità" (pag. 32) esprimendola verso gli altri come meglio ritiene. Di fatto "individualità" e "dimensione pubblica" sono due sfere tra cui la moda è in continuo oscillamento. Sono proprio i suoi "cambiamenti repentini [e] capricciose fantasie" (pag. 33) a permettere a ciascuno di dare originalità e individualità al proprio abbigliamento rimanendo in sintonia col gusto contemporaneo. Proprio a partire da questo concetto possiamo affrontare un altro argomento smentito da Fink: la presunta coercitività della moda. La relazione tra produttori e consumatori non è di manipolazione, tantomeno di costrizione. Il fenomeno è in realtà molto più complesso.

Partendo dal presupposto che, come ben sottolinea l'autore: "Sarebbe utopico ed esagerato pretendere che i singoli esseri umani esprimano se stessi in modo del tutto 'originale' [...], così come, d'altra parte, si sottostimerebbero gli individui se li si pensasse come semplici consumatori senza spina dorsale di tutto quel che dall'industria viene loro offerto" (pag. 75). Il ruolo dei produttori di moda sta più nel *cogliere* il gusto del pubblico, anziché di indirizzarlo perentoriamente. L'industria della moda deve fare i conti con l'imprevedibilità della fantasia umana, con la naturale propensione dell'individuo verso la libertà e l'originalità, non potendo quindi permettersi di ridurre la sua proposta ai risultati di una sterile indagine di mercato.

È necessario che lo stilista presti una grande attenzione anche agli aspetti più marginali dell'ambiente sociale, come un'antenna il cui ruolo è quello di "captare" gli stimoli ancora inermi nel tessuto sociale per poi riprodurli nel tessuto materiale che offre. Per questo la guida della moda può esistere solo come forma di *suggestione* o, come recita il sottotitolo del testo, di *seduzione*. Qui la seduzione va al di là della comune connotazione moralista di induzione al peccato, indica piuttosto "la capacità, da parte di esseri umani o cose, di sedurci alla vita, di farci dire sì a un'esistenza al tempo stesso terribile e bella – la seduzione in quanto ispirazione, incoraggiamento, suggestione e incanto" (pag. 86). Tale influenza non è sempre trasparente per chi la riceve, si esercita invece proprio in forza di sottili rinvii tra tabù e violazioni intenzionali che agiscono sul consumatore anche a livello inconscio, ma è proprio grazie a queste seduzioni che possiamo parlare dell'industria della moda non come forza

“dittatoriale”, quanto più come “figura guida” dell’individuo nell’ambito della propria autorappresentazione nell’abbigliamento.

L’ultimo elemento d’interesse sul quale vorrei soffermarmi è la definizione di moda che viene data nel titolo stesso dell’opera: un *gioco*. Come detto in precedenza, la moda ha aperto le proprie porte alle più svariate classi sociali e la sua forza d’influenza si esercita ormai in gran parte degli ambienti in cui viviamo. Il vento di libertà soffiato dai tempi moderni ha portato la libertà stessa a essere riconosciuta come diritto umano universale e, assieme ad essa, è giunto il tempo libero. All’interno della società lo scontro dicotomico tra il “tempo serio” del lavoro, degli impegni sociali istituzionali e il “tempo libero” della socievolezza disimpegnata ha quasi sempre visto un prevalere della prima sulla seconda, a eccezione della nostra epoca in cui l’essere umano ha più tempo libero che mai. “La sfera della ‘socievolezza’ è uno spazio che è stato ‘risparmiato’ dalla serietà della vita e dalla gravità dell’esistenza” e come un allegro giullare replica in maniera ironica e canzonatoria la vita seria: “mette in scena onori, titoli, questioni importanti, affari e conflitti” (pag. 67) col solo fine di prendersene *gioco*. “In questo modo, si fanno beffe della vita seria cui sono temporaneamente sfuggiti, e ciò diventa per loro un passatempo” (pag. 68) con cui giocare. Ed è proprio il *gioco* l’elemento essenziale della socievolezza.

La socievolezza mette così in scena dei “mondi immaginari”, certamente finti, ma non falsi; mondi di apparenza in cui sgravarsi dei pesi della “vita seria” esorcizzandola e parodizzandola nella più rinfrescante libertà creativa. In questi mondi partecipano non solo i giocatori, ma “questo tipo di gioco coinvolge vari oggetti di scena, scenografie e costumi [...]. Al gioco alterno della moda oggi partecipano attivamente più esseri umani di quanto mai in passato” (pagg. 73-74). L’industria della moda si trasforma così anche in una “industria del tempo libero”, in cui tutti i segni del simbolismo della moda aiutano i giocatori ad interpretare ruoli, mutarli, capovolgerli e, fondamentale, a *giocare*.

Da questo breve *excursus* delle argomentazioni finkiane sulla moda possiamo capire come tutto ciò sia ben più di una mera “scappatella filosofica”. Fink ha saputo dimostrare come la moda goda di tutte le qualità necessarie a un fenomeno per essere un dignitoso oggetto di ricerca da parte delle scienze umane e filosofiche, senza esclusione di colpi. A chi ancora si trincerava dietro altezzose invettive nei suoi confronti, e si scaglia contro di essa definendola inutile, accusa spesso rivolta anche nei confronti della filosofia in generale, si può rispondere con le ultime righe del secondo capitolo del testo che abbiamo appena analizzato, mutate da un noto poema di Voltaire: “Per comprendere la moda, per apprezzarne adeguatamente la produzione, si deve tenere presente che: non c’è nulla di più necessario del superfluo”! (pag. 31).

Tansy E. Hoskins
Il libro della moda anticapitalista

Tra Karl Lagerfeld e Karl Marx

Traduzione di
 Alessandro Vezzoli



Dai red carpet del Met Gala al fast fashion online, i nostri abiti raccontano storie di disuguaglianza, razzismo e crisi climatica. “Il libro della moda anticapitalista” riannoda i fili dell’industria tessile mettendo in luce le verità nascoste nelle trame dei nostri vestiti. In questo libro, Tansy E. Hoskins affronta i problemi non più rimandabili della moda: dai diritti dei lavoratori alla tutela dell’ambiente, dalla discriminazione all’appropriazione culturale, dai disturbi alimentari contro cui ha visto combattere i suoi amici al desiderio di possedere sempre l’ultimo capo della stagione, o la sua copia. Sempre più spesso, le aziende aggiungono cartellini di sostenibilità e di «scelte responsabili» ai loro capi, dirottando così sui consumatori l’onere di prendere decisioni giuste e fare acquisti migliori. Hoskins punta invece il dito contro il capitalismo. È la struttura sociale in cui viviamo che ci invoglia a consumare di più, manipolandoci per farci sentire brutti, poveri e inutili mentre i lavoratori del settore dell’abbigliamento hanno salari al limite della povertà e rischiano la vita in fabbriche fatiscenti, come nella tragedia del

2013 al Rana Plaza di Dacca, in cui sono morte più di mille persone. “Il libro della moda anticapitalista” supera l’idea della responsabilità del singolo, dimostrando che, se vogliamo sentirci a nostro agio nei nostri vestiti, dobbiamo rimodellare il sistema: la moda non è soltanto «un cambiamento nello stile degli abiti e dell’aspetto adottato da gruppi di persone», la moda è politica.

Riferimenti bibliografici

G. Matteucci, *Estetica della moda*, Mondadori, Milano 2017.

G. Simmel, *La moda*, Mimesis, Milano-Udine 2015.

Eugen Fink, Giovanni Matteucci (a cura di), *Moda. Un gioco seduttivo*, Einaudi Editore, 2024, XXIV

Alberto Fabio Ambrosio, *Per una morale contemporanea. Critica della moda pura*, Mimesis Edizioni, Milano-Udine, 2024.

M. E. Capitanio, *L’etica della moda*, B@abelonline vol. 14/15, RomaTre Press, Roma, 2013.

P. Ricœur, *La simbolica del male*, Il Mulino, Bologna, 1970.

G. Dorfles, *La (nuova) moda della moda*, ed. Costa & Nolan, Milano, 2008.

C. Lunghi, E. Montagni, *La moda della responsabilità*, Franco Angeli, Milano, 2007.

F.R. Rinaldi, *Moda sostenibile e circolare tra ambiente, etica e cultura del territorio*, Dimensioni e Problemi della Ricerca Storica, Sapienza Università Editrice, Roma, 2021.

G. Simmel, *La moda*, Editori Riuniti, Roma, 1985.

G. Mazzoleni, *La comunicazione politica*, Il Mulino, Bologna, 2012.

Terzi, *Atlante disciplinare della decostruzione. Dalla filosofia alla moda*, Zone Moda Journal, Vol. 10, n° 1, 2020.

L. Bovone, *Cultura materiale e nuovi valori: il caso della moda etica*, Sociologia della Comunicazione, luglio 2016.