



animale e la moda

cy. lafite
2020

Ugo La Pietra

Animale e la moda, 2020

china, matita e acquerelli su carta acquerello, 33 x 24 cm

Milano, Archivio Ugo La Pietra



13.

L'ANIMALE E LA MODA

La continua interferenza tra l'uomo e l'animale anche in luoghi insospettati, come può esserlo la moda, segnala la permanenza, nel pensiero moderno non meno che nel pensiero mitico, della complicità e differenza con il mondo animale, essenziale a istituire l'ordine simbolico che organizza il mondo. È l'animale selvaggio che negli immaginari di primo Novecento evoca il corpo di Joséphine Baker che danza a seni nudi con i fianchi stretti in una cintura di banane e cammina per le vie degli Champs Elisées con un leopardo al guinzaglio quale estensione del suo abbigliamento e anche, a mio avviso, suo alter ego o doppio. Siamo nel 1925, nel cuore della

Ville Lumière, la capitale dell'arte, della cultura e della moda, in cui si concentrano le avanguardie e si elaborano i nuovi linguaggi della contemporaneità. Joséphine Baker, con le sue ascelle depilate, i capelli spalmati di albume d'uovo, incarna il mito dell'Africa, del selvaggio, del corpo animale, metafora della seduzione del corpo femminile liberato, dell'esotismo di un mondo attratto dall'icona felina della nuova, primitiva e moderna femminilità.

Ammirata da Picasso e Le Corbusier, esercita tutto il suo fascino di feticcio del mondo contemporaneo, che cerca nella *Blackness* una regressione allo stato primitivo, a una pre-civiltà per ritrovare se stessi. Il mito dell'Africa entra negli spazi domestici e veste i nuovi corpi con la *Black Déco*, alimenta la passione popolare per le pelli e i manti maculati degli animali selvaggi della savana riprodotte dall'industria tessile per la moda e l'arredo. La stampa *Zebra*, moderno connubio di bianco e nero, diventa il motivo più diffuso per tappezzare le case, rivestire i pavimenti, divani, pareti, personalizzare i fondali fotografici delle campagne pubblicitarie. Segue il *leopardato* per calzature, cappelli, vestiti. E la stampa pantera a cui devono il loro sensuale magnetismo le *starlets*

degli anni Cinquanta. E da allora non ha mai cessato ciclicamente di riapparire coniugando in infiniti modi il mito ancestrale dell'animale quale veicolo e immagine di un mondo autentico, selvaggio e primitivo.

Diverso è il feticcio della potenza dell'animale che appartiene alle culture metropolitane, che rifiutano i confronti istituzionali, in un susseguirsi incessante di spettacolari “tribù” metropolitane, con i loro rituali, codici, valori, stili di vita, che offrono modelli alternati di identità alle nuove generazioni. Ciò che caratterizza le subculture è la centralità del corpo e dell'abbigliamento, che vengono assunti come materia prima di risignificazione e appartenenza già negli anni Quaranta con i *Bikers*, gli aggressivi motociclisti, che indossano jeans, stivali e giubbotto nero di pelle, il “chiodo”, che Hollywood con *Il selvaggio* (1954), interpretato da Marlon Brando, trasforma in icona del movimento giovanile facendone un simbolo della “gioventù bruciata”. I *Bikers* contrappongono al mondo asettico dell'automobile e dell'integrazione sociale dell'americano medio il mondo “selvaggio” e sensuale della moto, il cavallo meccanico con cui correre liberi. Il chiodo è un'inversione ironica dell'abbigliamento nella

polizia: da divisa dell'ordine si trasforma in icona del disordine e della trasgressione. Inoltre la pelle con il suo odore porta con sé il ricordo di una violenza ancestrale verso l'animale, mentre ne conserva il carattere selvaggio. È pelle come potere di vita e di morte. E trasforma il corpo in un kafkiano insetto nero.

Dall'uscita de *Il selvaggio* in poi, la pelle è diventata il feticcio della cultura giovanile capace di esprimere al contempo devianza, sensualità e gregarismo. Sono elementi che vengono enfatizzati in direzione nichilista e sadomasochista dai *rockers* per cui la pelle nera del chiodo indica potere e morte, oppressione diretta di un corpo deificato. È l'icona dell'animale artificiale che mettono i punk: un corpo merce, in un'estetica dello scarto, del rifiuto, che, in assenza di un'identità, accoglie tutto ciò che è volgare, offensivo, kitsch, e con l'uso di materiali poveri come la similpelle e il finto leopardo accoglie il posticcio, l'inautentico, il falso. Il pallore dei volti, gli stridenti *maquillages*, i collari da cani, le polsiere borchiate, i sacchetti della spazzatura indossati come vestiti raccontano la fine del sogno della *beat generation*, di un rapporto con la natura, animato dal mito di una nuova frontiera, con le sue figure

mitiche: il cow-boy, il beat, l'hipster, il pellerossa, con i suoi giacconi di camoscio, i suoi mocassini per ritornare ai ritmi della Madre Terra. Raccontano il tramonto del soggetto e la precarietà dell'esistenza.

Potere e morte è la cifra anche dell'immaginario del feticismo gay di cui Robert Mapplethorpe è interprete. Vestito di pelle per tutta la sua vita, investe di eleganza formale soggetti bdsm in cui la carica provocatoria punk si unisce a quella omosessuale. Nel videoclip *Relax* dei Frankie Goes to Hollywood (1984), che mette in scena gran parte dell'iconografia gay, il cantante della band entra in un locale *leather* in cui tutti vestono in pelle nera e tutto sottolinea il carattere dionisiaco ad anticipare il rito pagano che sarà inscenato, una sorta di supplizio in cui compaiono strumenti di tortura e fiere da circo romano. Il combattimento fittizio con la tigre preannuncia l'orgia. Gli abiti sadomaso, il revival di una classicità surrogata, le atmosfere evocate dal brano incarnano il sentire epocale che ispira gli stilisti più in voga, come Versace con i suoi stivali da gladiatore per la donna dei primi anni Ottanta da leggersi come saga di un mondo dove le donne strappano il potere agli uomini, che quando sono vestiti di pelle sono, a loro volta, cavalieri di una

mascolinità epica e splendente, che nulla ha a che fare con l'omosessualità se non come un gioco dell'immaginario. Versace più oltre usa la pelle anche negli abiti da sera.

Corsetti, scarpe, stivali, pelle, gomma, la biancheria intima e *outerwear* fanno parte della moda fetish praticata dai più diversi stilisti: da Galliano, Gaultier, Mugler, Versace, Westwood, ecc. che hanno copiato lo stile se non lo spirito del feticismo. Viene da qui anche il corpo della donna cyborg, rivisitazione scabrosa dalla donna robot di *Metropolis*, trasfigurazione del corpo materiale in corpo virtuale.

Al feticismo appartengono lo stile neogotico e la cultura dark, che si associano ai ragni e ai pipistrelli, cui alludono i pantaloni di pelle, in un'estetica del macabro. L'animale selvaggio delle savane e l'animale cyborg lasciano il posto all'animale insetto che appare nei videoclip musicali a partire dal 1999 con gli scarafaggi neri del promo di Bono Vox leader degli U2, mosca postmoderna e profetica in completo vinile e occhiali neri. Lo scarafaggio, con il suo abito corazza, abito guscio, è la metafora del fashion attuale, nuova icona della musica pop.

Ai repertori del fantastico animale, alle creature

d'altri mondi fa riferimento alla fine degli anni Novanta la comunicazione della moda che ha dato forma e/o spazio a figure di donna dalle forme iperboree, specie di Chimere o guerriere medioevali in parte donna, in parte uccello del Paradiso, serpente o mostro marino. Più che tra-vestimento è mutazione che si fa visibile di donne ammantate di una propria pelle cangiante, grazie alla cosmesi e ai tatuaggi o ai nuovi “piumaggi”.

La moda con l'industria della pelliccia è anche il *prêt-à-porter* animale, il macabro sogno del visone sulla pelle, *status symbol* borghese del lusso esibito, che uno spot ambientalista ha messo in scena con un'inondazione di sangue alla fine di una sfilata, spot ormai dimenticato, nel ritorno attuale di cappotti, giacche, stole, colli animali, boa, che interessano non solo il corpo femminile, ma quello maschile, insieme a montoni, scarpe, borse di pelle, che non vengono avvertite come violenza sull'animale, statuto che l'immaginario occidentale riserva all'animale selvaggio e non all'animale-cosa di cui si nutre.

Eleonora Fiorani

