GIORGIO SUZZI
Pubblicitario

Il problema è di servirsi della moda e non servire la moda

Premetto che ritengo abbastanza valida la definizione di moda data dal Devoto: «Aspetto e comportamento di una comunità secondo il gusto particolare del momento (per lo più con una sfumatura di ostentazione o di superficialità)».

La moda è certamente un condizionamento programmato da pochissimi su molti. Tutto ciò che implica investimenti economici rilevanti non può essere lasciato al caso. Se mai, vengono tenuti in considerazione i pareri dei «molti» solo sotto forma di tendenze di mercato, per avere più probabilità di successo nel lancio del prodotto in oggetto.

Ritengo che, nella moda, prevalga l'incapacità di esprimere in proprio se stessi. Ma, quando la moda riesce ad essere veramente risonanza del bello, supera se stessa e diventa costume che sopravvive nel tempo; si trasforma, cioè, in «classico».

È all'insegna dell'effimero, anche se può comunicare una certa crescita espressiva, nel caso che venga utilizzata con intelligenza. È ragionevole pensare che tutto non resti fisso e immutabile: si devono pure apprezzare le idee nuove, la fantasia, l'avvento di nuovi materiali, l'evoluzione delle tecniche di costruzione. Il problema resta nel saper essere capaci di scegliere fra ciò che viene proposto e di farsi condizionare il meno possibile. Servirsi della moda e non servire la moda.

Fare moda è sicuramente potere, come ho già detto. È un'industria economicamente fiorente, una delle poche voci attive della nostra bilancia dei pagamenti con l'estero, come affermano con orgoglio i creatori di moda italiana.

Non riesco a vedere nessun rapporto fra moda e povertà, almeno così come si esprime attualmente. Ci sono stati, nella storia anche recente, esempi di moda non imposta dall'alto, ma come autentico mezzo di identificazione e di protesta. I blue-jeans, l'eschimo, il maglione e la sciarpa lunga, rossa o bianca a seconda dei casi, non sono solo uno dei ricordi del '68, ma hanno avuto dei significati precisi nell'affermazione di molti valori, fra i quali anche la povertà.

Con la cultura il rapporto nasce, anche se labile, quando la moda si trasforma in qualcosa di più duraturo e di meno effimero. Espressione di originalità e di fantasia, capacità di rapportarsi con l'altro in modo personale: ma forse, a questo punto, non si parla più di moda.

La moda diviene immorale quando è all'insegna dello spreco: non vestire più un capo di abbigliamento solo perché non è più di moda è sicuramente immorale. Dal momento che l'essenza stessa della moda è legata al gusto del momento, la conclusione è evidente.

La Chiesa può e deve dialogare anche con questa realtà, per trasformarla e darle una dimensione diversa, per rendere sempre più la moda meno effimera, espressione dell'intelligenza, della fantasia e della semplicità.

Educare le persone a servirsi delle capacità creative e del buon gusto di altri senza subirne i condizionamenti, ridimensionando così di molto l'importanza che purtroppo essa riveste oggi nella nostra società, deve essere un obiettivo della Chiesa nel suo dialogo con la moda.

VALERIA VICARI
Giornalista

La moda è una forma d'arte applicata.

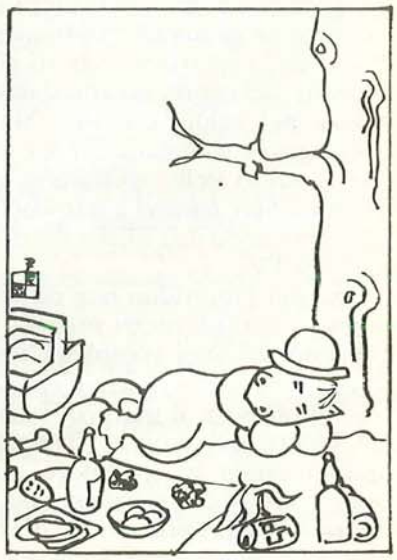
A proposito di moda, non parlerei di condizionamento, ma di essere. Se è vero, come è vero, che la moda è modo di vivere, oltre che di apparire. Di vivere, di essere. Anche quando la moda è mutevole e passeggera, gli abiti che esprime sono sempre in stretta relazione con la nostra personalità (perché noi li accettiamo) e diventano dimensione di vita.

Ripeterei, con un grande della moda qual è Nicola Trussardi, che la moda è una forma d'arte applicata: è espressione artistica, perché prevede la continua ricerca di forme, colori, materie, che devono essere elaborate in maniera estetica. Sì, moda è bello.

Il mondo della moda è all'insegna dell'effimero e della crescita espressiva: all'insegna dell'effimero, proprio perché all'insegna della crescita espressiva.

Moda è una passeggiata in montagna respirando a pieni polmoni — o col diaframma come il guru insegna — esclamando: «Che aria, che silenzio!», con la sigaretta in bocca e la radio a tutto volume

Moda è dar parole agli affamati, darla da bere agli assetati, multare gli ignudi, dar lo sfratto ai pellegrini, dar il ticket agli ammalati, confinare i carcerati, ibernare i morti.



Moda è: «Io sono del '20 e so cos'è la fame» e finirsi i cappelletti dopo il dolce,