

Mai guardare nell'armadio

Ci sono mattine in cui una donna, un uomo, spalancano come sempre il loro armadio e si sentono inquieti, in colpa: chi ha ammassato tutti quei vestiti che parevano carini, forse non indispensabili ma capaci di un senso nuovo, che improvvisamente paiono vecchissimi, polverosi, inutili: addirittura nemici? Per un attimo si teme persino che precipitino addosso, per punire i beneficiari di tanto spreco improvvisamente sotterrati da un senso di disagio. Per esempio: che farsene adesso di tutte quelle giacche troppo imbottite alle spalle, di tutte quelle gonne corte che ormai fanno orrore? Non sarà ridicolo regalare in beneficenza gli abiti luccicanti, non sarà villano passare quel che non va più bene all'amica a cui degli abiti non importa niente? Un tempo, conservare gli abiti era come preservare il racconto della propria vita, adesso sono troppi perché abbiano un senso e facciano storia: i tanti musei del costume che sorgono ovunque non ne possono più di raccogliere magliette punk e toilette firmate perché non raccontano più il mutare delle mode ma l'aggressione confusa del mercato. Il loro destino è quindi già evidente nell'armadio dove sono stati tenuti con orgoglio e amore: l'abito che sembrava ci facesse più belle e che ora appare decisamente brutto, il cappotto che abbiamo sognato per mesi e finalmente conquistato e che solo un anno dopo ci appare insopportabile, sono già trasformati nel loro destino. Sembrano stracci, e stracci diventeranno.

Non è un caso che protagonista di un film americano dato all'ultimo Festival di Cannes, sia una immensa discarica ai cui margini vive una comunità miserabile di amerindi: senza lavoro, senza speranza, invisibili per l'opulenta società americana che nega i loro bisogni, la loro sopravvivenza e i loro sogni. Il film, non bello, si intitola "The brave", il coraggioso, vi ha una piccola parte odiosa il vecchio Marlon Brando, è diretto e interpretato da Johnny

Depp, attore americano di dolce bellezza e guarda caso, fidanzato con la stupenda Kate Moss, modella che con la sua grazia fragile e misteriosa contribuisce a rendere irresistibili quei pantaloni, quelle camicie, quei golfoni che tante sue coetanee correranno a comprare. La comunità disperata da quella discarica trae i pezzi di lamiera e di legno con cui si costruisce le povere case, risistema i vecchi televisori buttati via, trova pezzi d'abbigliamento con cui inventarsi piccole eleganze. Quella montagna di spazzatura è per la maggior

Il Mercatino dell'Usato



*La parabola dei vestiti:
da ricordo d'una vita
a fastidiosa spazzatura*

di NATALIA ASPEST*

parte composta da cose ancora in buono stato, talvolta quasi nuove: i non poveri le hanno gettato via perché attirati da oggetti più nuovi e non perché fossero diventati ormai inservibili.

E se nel film, come certamente in tante realtà, quella spazzatura del superfluo consente la sopravvivenza di un gruppo che se ne serve per ricrearsi una sorta di consumismo artificiale, capita a tutti, anche a chi non ha molto, di provare improvvisamente una sorta di fastidio per l'eccesso di cose che possediamo: che abbiamo desiderato, e avuto, e che ora ci appaiono in tutta la loro consueta vecchiezza o inutilità. Non perché sono vecchi o inutili, ma perché il ciclo inarrestabile della moda, delle mode, ci costringe a sentirne la vecchiezza, l'inutilità. Appena appagato un desiderio, la violenza sempre più forte del mercato ci costringe a desiderare ancora, e di colpo ciò che pareva una conquista diventa un peso, è pronto per trasformarsi in spazzatura: nelle immense discariche che stanno deturpando il mondo, finiscono i nostri piccoli desideri di consumatori indifesi, incapaci di superare le vistose trappole del mercato, di fare resistenza, di convincerci che la nostra automobile potrà durare ancora dieci anni, il televisore altrettanto, e i jeans anche se già stracciati dal gusto della moda, almeno altri cinque.

Conosco una ragazza neppure trentenne, laureata benissimo, avvocato, che si è ribellata a trasformarsi in una fabbrica consenziente di spazzatura: ed è diventata molto abile a vivere di baratto. Va in un certo mercatino della domenica con una pentola e la scambia con un colapasta, con un golf e si fa dare due camicette: è diventata una specie di eroina singolare, che tanti vorrebbero imitare senza però riuscirci.

Si comincia da bambini, ad avere prima ancora di desiderare, per cui alla fine è come non avere: e poi si va avanti, a seppellirsi di oggetti e vestiti,



Il Mercatino dell'Usato

per calmare l'ansietà, il senso di inadeguatezza, il vuoto. E naturalmente non si calma niente. Il massimo tiranno, anche perché omologandoci agli altri, segnala la nostra appartenenza a un gruppo, a una generazione, a una idea, è naturalmente la moda. D'altra parte la parola stessa significa cambiare, e nei secoli la moda è sempre cambiata sino a dare un colore, un senso, una ragione al panorama di un'epoca. Allora la moda era lenta, impiegava decenni a cambiare, ed era riservata alle classi privilegiate. Oggi la moda supera

Il Mercatino dell'Usato



persino le sue scadenze semestrali, è diventata frenetica attraverso la moda pronta, in mano a abilissimi laboratori che riforniscono due volte la settimana i negozi di novità. Oggi la moda può essere carissima, ma anche tanto a buon mercato da essere alla portata anche dei giovani meno abbienti. La moda diventa una specie di ancora, una possibilità di segnalarsi, un'idea che ci darà fascino, carattere, un ponte per entrare nel gruppo, per non essere soli.

Da tempo ormai gli stilisti di gran nome, se non tutti, molti, tentano di imporre una moda non effimera, che duri nel tempo, anche se poi per farsi notare dai media alle sfilate mostrano ogni sorta di stravaganze. Ma la loro moda, anzi alta moda, è molto costosa, destinata a una élite che può permettersi sia di spendere milioni per un abito sia di non temere di indossarlo per anni. È così che, curiosamente, non sono i creatori di moda i responsabili dei rifiuti, degli scarti di moda: la grande spazzatura dell'usato viene prodotta dalla diffusa ragnatela di fabbricone e fabbrichette, che magari servendosi della consulenza di bravi stilisti, producono merce fatta per durare una stagione, sia nella foggia che nel prezzo. Se una camicetta è classica e costa trecentomila lire, si cercherà di farla durare, ma se costa venti e se è corta, mentre adesso si usa lunga, la butteremo via senza rimorso. La moda fa il suo mestiere e se è di massa, come è oggi, invade il mercato di massa, già pronta, appena nata,

a spegnersi come spazzatura. Ma ormai la spazzatura 'differenziata' si ricicla, perde la sua pericolosità, frena la sua invasione, si trasforma, torna ad essere utile: perché il bello della moda è anche questo, cambiando continuamente torna sempre al punto di partenza e se ciò che era bello ieri sembra brutto oggi, quello che è brutto oggi sembrerà bellissimo domani.

* - *Giornalista del quotidiano la Repubblica*