

E a Londra l'eccesso va al museo

di **Leonardo Clausi**

IL TRASH, COME ATTESTA

la passione globale per le traversie non solo sartoriali della famiglia Kardashian e in barba allo sgomento dell'élite, si è ormai imposto come una delle categorie di riferimento del vedere contemporaneo. È come una variante della volgarità e delle sue sfumature ideologiche, che dell'originale conserva la caratteristica dominante: l'elusività. Ma cos'è, o non è, esattamente, "volgare"? Porsi una simile domanda significa già averne dimenticato la risposta, un po' come il concetto di tempo per Sant'Agostino. Di una cosa si è subito sicuri: volgari sono sempre gli altri. Lo conferma una raffinata mostra al Barbican di

Londra, fino al 5 febbraio. "The Vulgar, Fashion Redefined", curata da Judith Clark e Adam Phillips, indaga la volgarità in mezzo millennio di storia della moda. Circa 120 abiti da quaranta diversi creatori - tra cui Chloe, Pam Hogg, Lacroix, Lanvin, Moschino, Prada, Schiaparelli, Gaultier, Vuitton - per undici sale, ciascuna intitolata a una diversa accezione del termine, con lo scopo di confondere l'idea di volgarità nel visitatore per poi invitarlo a ripensarne la definizione. Un fil rouge lungo le varie caratteristiche dell'essere volgari: l'eccesso, l'imitazione riuscita e quella fallita, il citazionismo esasperato, dissacrante, sornione. Dove un abito

"mantua" settecentesco con crinolina larga due metri e mezzo appare accanto alla trabocante haute couture di John Galliano per Dior che ne prende le mosse; e dove il miniabito Mondrian di YSL (1965) si appropriava del maestro modernista per poi diventare un classico in sé. Ci sono la volgarità allusiva, l'ammirramento sessuale provocante o grossolano, come nella gonna-elefante di Walter van Beirendonck. E c'è il beffarsi dell'orrore snob per la commercialità della moda, come nel caso della sfilata di Lagerfeld per Chanel in uno shopping centre evocato al Grand Palais di Parigi. Non poteva mancare Vivienne Westwood: la sua celebre t-shirt punk "a seno nudo",

disegnata con Malcolm McLaren, grida una trasgressività che oggi strappa un sorriso.

Già all'inizio del XX secolo, Georg Simmel notava come, non appena le classi inferiori si appropriano della moda di quelle superiori, queste l'abbandonano per un'altra, cosicché la fatica di Sisifo possa ricominciare. Ma "The Vulgar" insiste anche nel rilevare quanto, nel ventunesimo secolo, la volgarità nella moda sia ormai pienamente leggibile anche al contrario, cioè come inclusione, apertura, accesso. Diceva Mary Quant, la madre della minigonna: «La gente chiama volgari le cose che ancora non conosce».

Purché siano vistose, verrebbe da aggiungere. In fondo anche Thorstein Veblen, nella "Teoria della classe agiata", annoverava la moda nella categoria del cosiddetto «sciupò vistoso».

Un abito esposto al Barbican nella mostra "The Vulgar, Fashion Redefined"

cere estetico, ma che è diventata la forma pervasiva della attuale addiction. Non si desidera più una "cosa", oggetto o gadget. Fondamentale è il "come" desiderare. Il filosofo Slavoj Žižek sostiene che importa oggi «come godere»; è l'obbligo contemporaneo a godere che ha avuto in Berlusconi uno dei suoi principali aedi. L'oggetto in senso materiale, sostiene Dorfles, non è più il centro del kitsch attuale. Nell'epoca dei social network nell'area del kitsch, come del trash, fratello minore, entrano tutta una serie di performance sentimentali: la sincerità e l'autenticità diventano valori cui conformarsi. La contraffazione si trasforma, scrive Carmagnola, in coazione. Il sentimento evolve in "sentimentalità", nel sentimento di secondo grado, e il campo estetico è divenuto immateriale, centro propulsivo del sistema produttivo attuale. Senza il kitsch nessuno sviluppo possibile? Ora che Trump è arrivato alla Casa Bianca c'è da rifletterci. ■

