

ETTORE BELLOTTI

Note su moda e omosessualità

Indagare nel campo delle relazioni che intercorrono tra moda e omosessualità può essere apparentemente un'operazione semplice e scontata. Curiosamente, invece, può riservare delle sorprese. Se ripensiamo ad esempio agli abiti che da sempre, sia per le forme sia per i colori, hanno avuto la funzione di far riconoscere (magari con un brivido) un omosessuale alla prima occhiata (stereotipandolo così nella mentalità eterosessuale), si capisce subito che il meccanismo di identificazione non scatta più con i vecchi e scontati automatismi. Se il rosa o i colori pastello erano una bandiera per l'omosessuale anni '50, oggi è più probabile che la moglie di un eterissimo dirigente scelga in boutique calzini, golfini giallo canarino, verde menta, rosa baby.

Forse che il gusto omosessuale ha condizionato quello generale? E' il maschio eterosessuale ad essersi femminilizzato, ossequioso ai dettami dei nuovi stilisti milanesi (omosessuali)? O è il maschio omosessuale che si è mascolinizzato secondo i nuovi cliché della moda macho e leather di ispirazione americana? Sicuramente anche gli omosessuali, e soprattutto quelli che lavorano nel campo della moda, si sono guardati intorno e vivendo un po' più orgogliosamente la loro condizione sessuale si sono appropriati di un nuovo linguaggio estetico. A ciò occorre aggiungere le nuove tendenze culturali come quella punk, il post-modernismo, gli atteggiamenti trasgressivi della new wave o dell'heavy metal. Quando per strada capita di incontrare una persona di sesso maschile con tanto di orecchini e capelli tinti, occorre fare attenzione prima di definirla omosessuale. D'altra parte è indubbio che i movimenti di liberazione omosessuale hanno contribuito a far decadere quelle connotazioni rigide che associavano femminilità e omosessualità. Questa nuova e maggior consapevolezza della propria condizione sessuale, vissuta forse più serenamente, si manifesta anche secondo dei nuovi sistemi di aggregazione. E l'abito è sempre stato un ottimo veicolo informativo per apparire agli altri nel modo da noi desiderato.

Ugo la Pietra a proposito de <<Il design della moda>> (congresso ICSID Milano, 1983) scrive: <<La moda è di moda, non solo perché è un settore produttivo e commerciale trainante per la nostra economia, non solo perché è uno dei culti estetici di massa, non solo perché fa spettacolo, non solo perché contiene aspetti sociologici, artistici, linguistici, ma anche e soprattutto perché la moda fa riferimento ad una creatività quotidiana praticata in modo diffuso da tutti>>.

Ed ecco che in queste nuove dinamiche tutti rimangono coinvolti e gli stilisti per primi. In questi anni di successo per il <<Made in Italy>> e quindi di ritorno in auge della figura dello stilista come maitre-a-penser, l'identificazione di questo bisogno di creatività individuale resiste e, anzi, spesso è il punto di partenza

nella ricerca per inventare le nuove collezioni che gli industriali della moda devono ormai presentare la stagione precedente per un'altra se non addirittura un anno per un altro, e quindi con delle grosse previsioni sulle metamorfosi del gusto.

L'importanza di una nuova cultura omosessuale potrebbe quindi anche solo permettere di considerare la moda (qui intesa come progetto puramente espressivo con poche valenze funzionali), una delle costanti dell'espressività omosessuale. E questo non solo per l'abusato mito narcisistico. Ma se è vero che dietro ad ogni movimento di pensiero vi è un artefice, allora nel caso della moda, ieri come oggi, l'omosessualità velata o dichiarata dei couturiers parigini così come quella dei nuovi stilisti, dovrebbe avere una sua rilevanza.

Natalia Aspesi su <<Repubblica>> (16/4/84) scrive: <<Giorgio Armani spiega alle donne, con pazienza quasi didattica, con una sua certezza quasi da guru, che vestirsi è un gusto semplice, senza problemi, se non ovviamente di denaro: come lo era per gli uomini prima che si abbattesse su di loro, funestata dall'eccesso di casual e dalla nuova religiosità verso gli stilisti: e che li ha costretti a spendere in Italia, nel 1982, 4600 miliardi per la loro eleganza, mentre le donne che sono un milione di più, assieme ai bambini dei due sessi, hanno superato la cifra di pochi miliardi, lasciando agli uomini la frenesia dell'abbigliamento>>.

Questo ovviamente non significa che improvvisamente tutti i maschi eterosessuali sono diventati gay. Forse una spiegazione possibile potrebbe essere quella che da Dorfles, dove in *Mode e modi* (Mazzotta, Milano 1979), in un capitolo dedicato alla moda e all'antropologia scrive: <<In tempi abbastanza recenti, la differenziazione tra i due sessi ha subito un notevole arresto nel senso di una progressiva identificazione dell'abito maschile e di quello femminile (la cosiddetta moda unisex). Questo non è che uno dei tanti esempi di accettazione o di rifiuto della intersessualità esistente in genere nella specie umana>>.

Sicuramente esistono altre spiegazioni e altre ancora sono ipotizzabili indipendentemente dalla specificità sessuale dei singoli. Ma io credo che se il nostro gesto quotidiano di abbinare e indossare abiti diversi tra loro è oltre che un progetto espressivo (l'abito inteso come proiezione della nostra personalità o del nostro voler apparire in qualche modo riconoscibile) anche una necessità di piacere (autoimposizione del gusto o il piacersi per piacere secondo le tesi di Baudrillard), allora non esiste veramente nulla di più sottilmente omosessuale.