

Storia della moda

La belle époque

Gli ultimi decenni dell'Ottocento furono caratterizzati da un notevole sviluppo tecnologico e scientifico. L'impiego di nuove fonti energetiche (il petrolio e l'elettricità), la diffusione d'invenzioni rivoluzionarie (il motore a scoppio, la radio e il telefono) e i progressi in campo medico (la scoperta dei raggi X e del radio) diffusero fra la borghesia di fine secolo un senso di euforia e spensieratezza, accompagnate da una grande fiducia nelle capacità umane e negli sviluppi futuri della ricerca in ogni campo scientifico. Il periodo storico compreso fra l'ultimo quindicennio del XIX secolo e lo scoppio della Prima guerra mondiale è noto, infatti, con il nome di *belle époque*, in quanto epoca di spensieratezza, benessere e divertimenti. Furono molto in voga, in questo periodo, i **café chantant**, locali pubblici frequentati da borghesia e intellettuali, in cui erano servite be-

vande ed eseguiti spettacoli di varietà: numeri musicali, canzoni satiriche, scenette comiche e balli. Particolare successo ebbe il **cancan**, una danza veloce e vivacissima nata nei ritrovi notturni di Parigi, che fu immortalata in numerosi manifesti pubblicitari (*affiches*) dal pittore francese **Toulouse-Lautrec** (1864-1901). Era ritenuta scandalosa poiché le ballerine portavano calze di seta nera che non coprivano completamente le gambe e danzavano con foga, sollevando e agitando con le mani ampie sottane di pizzo. Il cancan, tuttavia, ottenne un successo tale che fu inserito dal compositore tedesco **Jacques Offenbach** (1819-1880) nelle sue celebri operette musicali e salì fino alle scene dei grandi teatri, come l'Opéra-Comique di Parigi. Durante la *belle époque* **sport** come il calcio, lo sci, il golf, il ciclismo e l'automobilismo divennero un fenomeno di costume e quasi un simbolo dell'uomo moderno, dinamico e intraprendente.

Nel 1895 fu proiettato in un caffè parigino il primo cortometraggio dei fratelli Lumière. Mentre si svolgevano le prime esperienze di cinematografia il **grammofono** si diffondeva, invece, già su larga scala, portando la musica operistica e strumentale nei salotti delle case private. In questo periodo le abitazioni cominciarono a essere dotate di **impianti elettrici**, che sostituirono l'illuminazione a gas con quella delle moderne lampadine e consentirono l'impianto dei moderni ascensori. Questo apparecchio elettrico fu ideato nel 1880 dall'ingegnere tedesco Werner von Siemens e reso noto in seguito all'installazione di un primo grande impianto all'interno della Torre Eiffel.

Ma al miglioramento dei **comfort abitativi** contribuì soprattutto la realizzazione delle prime *maisons igeniques*, ossia delle stanze da bagno all'interno di ogni appartamento, provviste di tutti i servizi igienici, acqua corrente e impianto di riscaldamento.

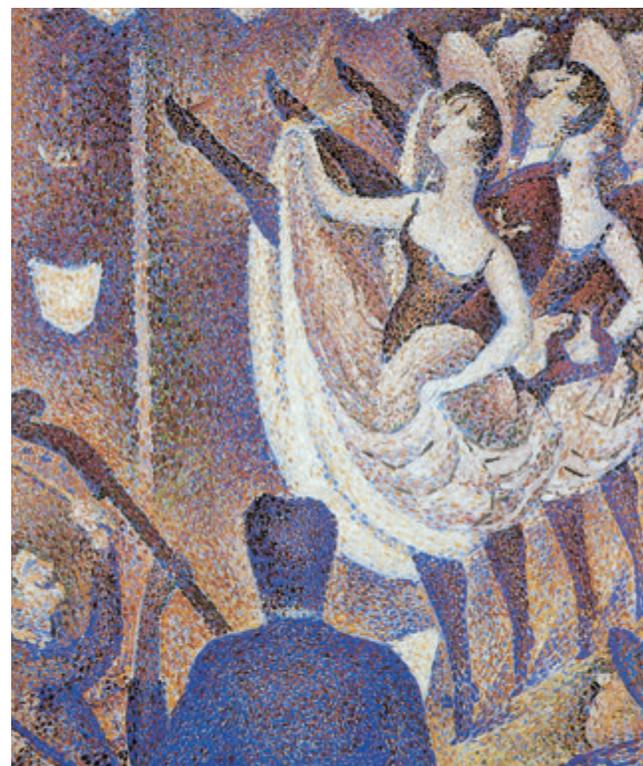
Henri de Toulouse-Lautrec,
Moulin Rouge, la Goulue, 1891
[Civica Raccolta di Stampe Achille Bertarelli,
Milano]



Art nouveau

Al particolare clima di vita della *belle époque*, sereno e festoso, corrispose un nuovo gusto estetico, definito **art nouveau**. Esso fu caratterizzato dalla predilezione per **linee sinuose** e forme decorative ispirate al **mondo vegetale** (ghirlande, foglie e fiori), combinate con figure umane stilizzate (leggiadri profili femminili, volti, putti). Il nuovo stile trovò espressione nell'arte grafica (illustrazione di libri, manifesti pubblicitari e pannelli decorativi), nella produzione di mobili, oggetti d'uso quotidiano e gioielli, ma soprattutto nell'architettura. Si cercò di realizzare una continuità stilistica fra ornamentazione esterna e arredamento d'interni. Le facciate degli edifici, le scalinate e i pilastri furono decorati sfruttando le potenzialità, a livello artistico, dei materiali di produzione industriale, come il ferro, il vetro e il cemento. Pur trattandosi di uno stile estremamente elaborato e di costosa realizzazione, l'intento era quello di trarre ispirazione per l'arte direttamente dalla natura e di riprodurre la bellezza in ogni aspetto della vita quotidiana. A Parigi, per esempio, il nuovo stile si diffuse nelle decorazioni dei grandi alberghi, delle abitazioni private e delle strutture pubbliche, come le stazioni, i giardini e gli ingressi del metrò. Queste strutture d'ingresso, ancora oggi visibili, furono realizzate in ghisa, ferro e vetro su disegno di **Hector Guimard**, considerato uno degli architetti più rappresentativi del nuovo stile.

In Italia l'*art nouveau* prese il nome di stile **floreale** o **liberty**, dal nome della ditta londinese Liberty, che aveva adottato il nuovo gusto nella decorazione di stoffe da parati. Lo stile floreale si diffuse soprattutto grazie all'Esposizione internazionale di arte decorativa moderna, tenutasi a Torino nel 1902.



Georges Seurat, *Le chahut*, 1889-90

[Albright-Knox, Art Gallery, Buffalo]

La moda della *belle époque*

La moda maschile dei primi decenni del Novecento fu molto influenzata dal gusto inglese. Gli abiti in uso furono il **tight** nero con *gilet*, i pantaloni a righe e il **loden**, un cappotto che prese il nome dal soffice panno di lana con cui era realizzato. Gli uomini portavano i baffi, indossavano camicie con colli molto alti e cravatte fissate da spille pregiate, che avevano alla punta una perla o una pietra preziosa. Negli ambienti più raffinati andava di moda parlare inglese e sfoggiare cappelli e bastoni da passeggio di produzione londinese.

La moda femminile, invece, rimase legata alla tradizione della sartoria francese. L'invenzione dell'abito *tailleur* risale alla fine del XIX secolo, ma la sua diffusione nel Novecento non eliminò affatto i modelli elaborati e ricchi di tessuto, che avevano caratterizzato la moda femminile del secondo Ottocento. Se erano scomparsi i *pouf* e le crinoline, la donna che avesse voluto vestirsi elegantemente era ancora costretta a indossare bustini e leggere imbottiture, che mettevano in rilievo il seno e il bacino. Gli abiti femminili assunsero, infatti, un'artificiale **silhouette a S**, che ricordava le linee ondulate e armoniose dello stile liberty. L'*art nouveau* influenzò tutti i più noti stilisti dell'epoca, come Charles Frederick Worth, Jacques Doucet e Jeanne Paquin. Quest'ultima fu l'unica donna dell'alta moda francese a esporre le sue creazioni al *Pavillon de l'élégance*, una grande mostra di abiti che fu allestita presso l'Esposizione universale di Parigi nel 1900. Paquin, che aveva idee moderne di propaganda pubblicitaria, organizzò una sfilata dei suoi abiti durante una corsa di cavalli nel celebre ippodromo di Longchamp, a Parigi, ed ebbe fra le sue clienti e indossatrici la più nota diva dell'epoca, **Caroline Otero** (1868-1965). Nota in tutto il mondo come "La bella Otero", questa cantante e ballerina di straordinaria bellezza incarnò il modello della donna libera, spregiudicata ed eccentrica. Per lei madame Paquin realizzò abiti più audaci, con spacchi laterali e colori più vivaci rispetto alle

Glossario

tight

Abito maschile da cerimonia composto da giacca nera a falde lunghe e da pantaloni a righe nere e grigie.

tradizionali tinte pastello. A parte queste lievi innovazioni e l'accentuazione del profilo a S, gli abiti femminili d'inizio secolo rimasero, tuttavia, sostanzialmente immutati rispetto al secolo precedente, finché un sarto parigino, **Paul Poiret** (1879-1944), non lanciò nuove linee, ispirate al liberty e ai modelli orientali, che non richiedevano più l'uso del corsetto. Nel 1903 ideò il "soprabito Confucio", dal taglio dritto e le forme ampie. Qualche anno dopo cominciarono a diffondersi abiti ispirati al **kimono**, con maniche ampie che partivano dalle spalle, scollo a V, vita alta, strascico e ricami a motivi giapponesi (piante, animali e addirittura stemmi nobiliari). Il presupposto storico di questa influenza nipponica sulla moda occidentale fu l'apertura del Giappone al commercio internazionale a partire dalla seconda metà dell'Ottocento, in seguito ai trattati stipulati prima con gli Stati Uniti (1854) e successivamente con le altre potenze europee. Poiret, dopo aver liberato le donne dalle costrizioni artificiali del corsetto, «incatenò loro le gambe», così come egli disse, lanciando nel 1913 la moda dell'**entrave**, un restringimento della gonna mediante un nastro, che legava le ginocchia e costringeva le donne a procedere a piccoli passi. Nell'anno successivo, invece, introdusse la moda dei **pantaloni** e delle **gonne alla turca**, che trovarono un utile impiego nello sport del pattinaggio femminile, allora in voga. Per questi abiti orientaleggianti, dai tessuti leggeri e dai colori vivaci, indossati con file di perle, turbanti e lunghe piume, il sarto parigino trasse ispirazione dai costumi dei *Ballets Russes*. Era questo il nome di una famosa compagnia di balletto, diretta da Sergej Diaghilev, che debuttò a Parigi nel 1909 e ottenne subito un grandissimo successo, grazie alle raffinate acrobazie di interpreti quali Vaslav Nijinskij e Anna Pavlova, e alla magnificenza esotica dei costumi e delle scenografie di Léon Bakst.

Abito da sera, fine anni Dieci

[Mary Evans Picture Library, Londra]

Disegnato dallo stilista francese Doeuillet, il modello degli anni Dieci propone una gonna stretta che parte da un'alta cintura, maniche a tre quarti, una profonda scollatura a V e una lunga collana di perle come accessorio.



Attrice in posa in un elegante vestito da ballo, 1905 ca.

Dagli abiti dalla caratteristica e artificiosa silhouette a S dei primi anni del XX secolo si passò, negli anni immediatamente precedenti la guerra, a foggie dalle linee semplici, senza fastidiosi busti o corpetti, di cui il grande sarto parigino Poiret fu un acceso sostenitore.

I cambiamenti della Grande guerra

Negli anni che precedettero il primo conflitto mondiale l'Italia visse l'esperienza artistica del **Futurismo**, un movimento d'avanguardia che rifiutò tutte le forme artistiche tradizionali e cercò un linguaggio sperimentale ed eversivo, adeguato al nuovo mito delle macchine e della velocità. Il pittore **Giacomo Balla** (1871-1958), traendo ispirazione dalle idee nazionalistiche e interventiste del fondatore del Futurismo, lo scrittore Filippo Tommaso Marinetti, disegnò l'abito "antineutrale", le cravatte "come rumore" e borse ispirate ai modelli aerodinamici delle automobili. Lo scoppio della guerra segnò, tuttavia, una battuta d'arresto nella produzione dell'alta moda e nel lancio di nuove tendenze nell'abbigliamento. Mentre gli uomini erano al fronte, le donne dovettero farsi carico di molte attività e occupazioni tradizionalmente riservate all'altro sesso. Le fabbriche, gli uffici e i mezzi pubblici passarono in mano alle donne, che dovettero necessariamente modificare il loro **vestiario**, al fine di renderlo **più pratico ed economico**. Scomparvero i vestiti "a orario", uno per il mattino, uno per il pomeriggio e uno per la sera, così come gli accessori superflui: ombrellini, ventagli e cappelli decorativi. Gli abiti persero ogni fronzolo e assunsero tagli semplici e geometrici. Le gonne, in particolare, si accorciarono e si fecero più ampie per consentire maggiore libertà di movimento.

Glossario

Dadaismo

Nato nel 1916 a Zurigo, il Dadaismo proponeva, in nome di una libertà creativa senza freni, la contestazione totale di tutti i valori e di tutti i modelli, non solo tradizionali ma anche di quelli più recenti.

cloche

Cappello a campana, con le falde abbassate.

I modi della storia **L'età dell'oro dell'illustrazione di moda**

A cavallo fra i due secoli si moltiplicò il numero dei giornali di moda. Accanto a pubblicazioni ormai storiche, come il «Petit Courrier des Dames», che continuò a diffondere anche nel Novecento tutte le novità della moda parigina e il nome dei sarti più in voga (*couturiers*), nacquero nuove riviste di livello internazionale, come «Vogue» (1892, New York)

e la «Gazette du Bon Ton» (Parigi, 1912-25). La novità più importante, in questo campo, fu l'introduzione della **fotografia**, destinata a sostituire progressivamente l'uso dei figurini e a imporsi come un nuovo linguaggio artistico. Uno dei primi fotografi di moda fu lo statunitense **Edward Steichen** (1879-1973), che negli anni Venti segnò il passaggio dal pittorialismo, uno stile fotografico ancora legato ai canoni della pittura impressionistica, a una riproduzione più realistica e diretta. Nello stesso periodo i rappresentanti più significativi delle avanguardie artistiche lavorarono per riviste di moda, come, per esempio, **Man Ray** (1890-1976). Anch'egli statunitense, aderì al movimento **dadaista** e sperimentò nuove tecniche fotografiche, realizzando immagini astratte, note come *rayographs*. Nella fotografia di moda, tuttavia, seguì un indirizzo realistico analogo a quello di Steichen. Eliminò gli sfondi artificiali, che riproducevano vasi, colonne e rovine classiche, dando risalto unicamente agli abiti e alle pose delle indossatrici.

Paul Poiret, oltre che il più influente e dinamico creatore di moda della *belle époque* fu anche il primo a utilizzare il catalogo di moda come mezzo pubblicitario, af-

fidandone la realizzazione ad artisti quali George Lepape e Paul Iribe. Quest'ultimo, che illustrò *Les Robes de Paul Poiret* (1908), era uno dei più richiesti disegnatori di moda e di decorazioni in stile floreale. Negli anni Trenta, con la comparsa della fotografia a colori, riviste e cataloghi di moda abbandonarono definitivamente i disegni illustrativi. Le possibilità offerte dal nuovo strumento di diffusione dell'immagine cominciarono a essere sperimentate, a partire da quegli anni, da Hoyningen-Heune, che era a capo della redazione parigina di «Vogue», e dal suo allievo Bohrmann Horst, fotografo ufficiale della storica rivista di moda «Harper's Bazar». A partire dagli anni Trenta anche i film hollywoodiani, dove erano profuse grandi somme per abiti e tessuti di lusso, divennero un ulteriore veicolo di diffusione della moda. Il fenomeno del divismo comportò, anzi, un'influenza sulla moda da parte delle star di Hollywood, come Marlene Dietrich (1901-1992) e Greta Garbo (1905-1990). In omaggio alla bellezza eterea di quest'ultima attrice, fatale diva del cinema muto, le donne dell'epoca allearono il trucco e iniziarono a portare giacche di taglio maschile e grandi **cloche** che coprivano una parte del viso.



L'attrice Marlene Dietrich

Glossario

kohl/bistro

Cosmetici per gli occhi di colore scuro, ricavati rispettivamente dall'antimonio e dalla fuliggine del legno di faggio.

androgino

Chi ha caratteristiche fisiche o comportamentali proprie di entrambi i sessi.

cardigan

Giacca di maglia con bottoni, senza collo né risvolti.

Tavola della rivista francese «La Vie Parisienne», 1926

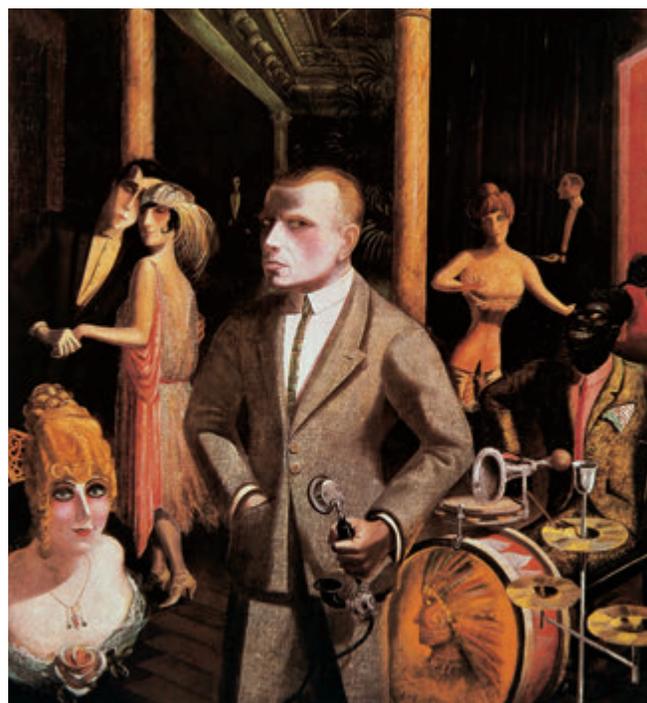
[Mary Evans Picture Library, Londra]

Gli anni seguenti il primo conflitto mondiale, gli "anni ruggenti", furono segnati da un forte materialismo e dalla smodata ricerca del divertimento. I giovani criticarono con ferocia regole e tradizioni della società puritana ricercando una più autentica identità in atteggiamenti liberi da costrizioni. Le donne abolirono guaine e corsetti, indossarono gonne corte e si accorciarono i capelli, mentre cresceva la popolarità del jazz e delle nuove danze che vi si ispiravano.

Moda e società degli "anni ruggenti"

Al termine della guerra si cercò di tornare ai ritmi e al sistema di vita precedente. Le donne, tuttavia, avevano vissuto l'esperienza di un lungo periodo di solitudine e indipendenza, nel quale avevano svolto occupazioni maschili e acquisito maggiore consapevolezza di sé stesse. Sapevano di poter avere un ruolo anche al di fuori dell'universo familiare e cercarono di mantenere uno stile di vita più libero e autonomo. Il look femminile degli anni Venti rifletteva in modo evidente questo cambiamento. Le donne iniziarono a portare i capelli *à la garçonne*, effettuando cioè un taglio molto corto, simile a quello dei ragazzi. Le sopracciglia venivano sfoltite fino a ottenere una riga sottile e i lineamenti del volto erano fortemente marcati dal trucco: labbra scure e taglienti, contorno degli occhi enfatizzato con un tratto deciso di **kohl** o di **bistro**. Le gonne si accorciarono fin sopra il ginocchio mentre i vestiti interi cadevano dritti senza sottolineare né il seno né il punto vita, cosicché la figura femminile appariva piatta e mascolina. Il modello femminile dei "ruggenti anni Venti" fu quello di una donna magra e dalla **bellezza androgina**, che esercitava una professione, guidava automobili sportive, praticava esercizio fisico, fumava sigarette aromatizzate in lunghi bocchini e giocava con lunghe collane di perle. La voglia di divertirsi e dimenticare il duro periodo della guerra si manifestò nel gusto per i balli frenetici al ritmo del **charleston**, una danza molto vivace nata nella città omonima della Carolina del Sud. Gli anni Venti furono anche l'età del **jazz**, un genere di musica afroamericana apparso a New Orleans all'inizio del Novecento e divenuto popolare nei locali di tutta Europa.

Gabrielle Coco Chanel (1883-1971) fu la stilista che seppe meglio interpretare l'evoluzione del ruolo femminile nella moda di questi anni. Incarnando lei stessa un modello di donna lavoratrice, intraprendente e autonoma, ritenne indispensabile che gli abiti del XX secolo presentassero caratteristiche di **funzionalità** ed eleganza. Adottò, pertanto, l'essenzialità della moda maschile e nel 1916 disegnò dei completi in tinta unita composti da una gonna di taglio semplice, lunga fino al ginocchio, e da un **cardigan** in jersey di lana, un tessuto che fino a quel momento era stato utilizzato solo per capi di biancheria intima. Il **completo Chanel** divenne un classico della moda e segnò uno stile ancora oggi attuale.



Otto Dix, A la Beauté, 1922

[Von der Heydt-Museum, Wuppertal (Germania)]

Moda, arte e industria degli anni Trenta

La **grande depressione** innescata dal crollo della Borsa di Wall Street, nel 1929, provocò un brusco arresto del benessere economico che aveva caratterizzato il decennio precedente. Anche l'alta moda ne risentì, perdendo molti dei suoi ricchi clienti. Gli anni Trenta furono, tuttavia, un periodo di sperimentazione di nuovi materiali tessili. In questo periodo, infatti, cominciarono a essere prodotte su scala industriale le **fibre chimiche**, come la **viscosa**, il **raion** e il **nylon**. I nuovi tessuti sintetici presentavano numerosi vantaggi rispetto alle tradizionali fibre naturali. Erano più economici e potevano essere prodotti con gradi variabili di elasticità, morbidezza e lucentezza. Il nylon, per esempio, lanciato sul mercato nel 1939, fu ottenuto dopo circa dieci anni di ricerche americane il cui scopo era quello di produrre una fibra che potesse sostituire la seta, in modo da rendere il mercato degli Stati Uniti indipendente da quello del Giappone. La stilista italiana **Elsa Schiaparelli** (1890-1973) fu tra le prime a impiegare i nuovi materiali e ad applicare ai capi d'alta moda anche la cerniera lampo e le decorazioni in **cellofan** e **vinile**. Fu in contatto, inoltre, con numerosi artisti dell'epoca, come **Jean Cocteau** (1889-1963) e **Salvador Dalí** (1904-1989), i cui schizzi furono stampati o ricamati sui suoi abiti e ne influenzarono lo stile.

Verso la fine degli anni Trenta l'economia dei vari paesi cominciò a dare i primi segnali di ripresa. Anche nella moda si manifestò una certa voglia di lusso. Si diffuse l'uso delle pellicce e riapparvero i vestiti lunghi forniti di strascico. **Jeanne Lanvin** (1867-1946) e lo spagnolo **Cristobal Balenciaga** (1895-1972) rinnovarono la tradizione dei grandi **atelier parigini** e lanciarono nuovi modelli, dalla linea sottile ma più naturale rispetto al decennio precedente.

In Italia, nel 1932 fu costituito a Torino l'Ente nazionale moda, attraverso il quale il fascismo cercò di promuovere la **moda nazionale** contro quella francese. A Torino, eletta capitale della moda, si tennero le prime sfilate di sartoria italiana, organizzate in seguito anche a Firenze, Roma e Milano.

Glossario

cellofan

Nome commerciale di una sostanza ottenuta dalla cellulosa e usata per la produzione di materiale trasparente e impermeabile in fogli sottili.

vinile

Sostanza chimica costituita di varie resine sintetiche, impiegata specialmente per i dischi fonografici.

Aa Documenti Educazione alla vita di società

Nel 1923 la scrittrice e giornalista **Matilde Serao** (1856-1927) volle lanciare una sorta di galateo della vita di società, dal titolo *Saper vivere. Norme di buona creanza*. Il libro, destinato alla media borghese

del primo dopoguerra, ebbe un certo successo. I consigli rivolti alle signorine dell'epoca risultano molto distanti dagli attuali costumi sociali e riflettono, per quanto concerne l'abbigliamento, le linee

del tardo Ottocento piuttosto che le nuove tendenze della moda degli anni Venti: un segno, questo, della vera e propria rivoluzione avviata dallo stile garçon.

Di sera, la signorina di sedici anni deve preferire sempre il bianco, vestito rotondo, senza strascico, aperto, un poco, intorno al collo e con guanti molto lunghi, che raggiungono le maniche corte; molta semplicità e molta grazia, in questa *toilette*: le altre tinte, rosa, azzurro, crema, debbono essere sempre pallide e non guarnite vistosamente. Di mattina la signorina veste di lana nera, di lana grigia, di lana azzurro cupo, *mai* di colori vistosi, come si usa fra noi: porta sempre una mantellina o, preferibilmente, una giacchetta dal bel taglio, e non va in vitino, come si usa da noi. Di gioielli ne può portare qualche po' di più della giovanetta quattordicenne: qualche bella *broche*¹, una bella *châtelaine*², non ricche, ma eleganti, le sono permesse. La signorina a sedici anni può portare la veletta³; preferibilmente bianca. [...] Presentata alle signore, deve fare una riverenza e aspettare che le diano la mano, per dare la sua: se le presentano un signore o un giovanotto, un bel saluto col

capo, la mano, *mai*. In generale, la signorina non dà mai la mano ai giovanotti, salvo stretta parentela, antica familiarità, antica conoscenza. Non balla mai, nelle *soirées*⁴ intime, con chi non le è stato presentato: se la padrona di casa le presenta qualcuno, ella balla con lui, ma, dopo, deve immediatamente presentare questo giovane ai suoi genitori o a chi l'accompagna.

M. Serao, *Saper vivere. Norme di buona creanza*, Milano 1923

1 Spilla preziosa che si appunta agli abiti.

2 Ciondolo ornamentale.

3 Velo leggero appuntato sul cappello femminile, talvolta calato a coprire il volto, usato soprattutto nelle acconciature eleganti di fine Ottocento.

4 Serate danzanti, feste esclusive che hanno luogo di sera.



Modella con abito di tulle bianco delle sorelle Fontana, 1948

[Foto di Pasquale De Antonis]



Abito da sera di Christian Dior, 1947

Il nuovo ideale dello chic femminile, presentato dallo stilista Christian Dior nel 1947, consisteva in un corpetto dalla vita attillata, fianchi e busto arrotondati, e gonne a campana alte da terra una ventina di centimetri circa. A questa linea molto femminile si accompagnavano scarpe dal tacco alto, un fiore portato alla vita, due o tre fili di perle a girocollo, e, di giorno, tanti accessori tutti rigorosamente coordinati e intonati fra di loro.

Dall'arte di arrangiarsi al *new look*

Durante l'occupazione tedesca di Parigi (1940-44) anche le più famose case di moda, come l'atelier Chanel, furono costrette a sospendere l'attività per la mancanza di clienti e la scarsità di materiali. Era stato emanato, infatti, un ordine di limitazione delle forniture, che stabiliva la quantità massima di stoffa che le fabbriche d'abbigliamento potevano utilizzare per confezionare ogni singolo capo. Un provvedimento analogo fu preso negli Stati Uniti, con l'entrata in guerra nel 1941, dall'Ente per la produzione bellica. Per non sprecare tessuto le gonne svasate o a pieghe furono bandite e presto si diffuse lo slogan «make do and mend» ossia arrangiarsi e rammendare. Anche in Italia le giacche, i cappotti e i colletti delle camicie una volta logori erano rivoltati e riutilizzati. Dai lenzuoli vecchi si ricavava la biancheria intima e con le tende si cucivano gli abiti da sposa. Per la mancanza di pellame per le soles, si diffuse la moda delle scarpe alte con la zeppa in sughero. Solo nei cappelli, la cui stoffa non era soggetta a razionamento, le donne poterono concedersi lo sfizio di creazioni più eleganti e originali, realizzando ornamenti di piume, fiori e carta decorata. In Inghilterra, i più noti stilisti londinesi misero la loro creatività al servizio dell'Ente inglese del commercio, che affidò loro l'incarico di disegnare le uniformi dei vari corpi militari e civili, secondo un progetto per l'abbi-

gliamento funzionale (*utility garment*) varato nel 1941. Si sviluppò, di conseguenza, una tendenza verso l'abbigliamento di **stile militare**, caratterizzato da abiti confezionati in serie, con ampie tasche, spalle imbottite e cinture.

Dopo la guerra, si presentò l'esigenza di una programmazione economica per risollevarne l'industria tessile e della moda. Gli atelier avviarono nuovamente l'attività interrotta ma la ripresa del settore risultò lenta e faticosa. Anche chi aveva i mezzi per concedersi il lusso di un capo d'alta moda non si lasciava andare a simili esibizioni di ricchezza, trattenuto dal ricordo della recente miseria. Nel 1947, tuttavia, il giovane stilista **Christian Dior** (1905-1957), sollecitato da Marcel Boussac, un magnate dell'industria tessile, lanciò una collezione che interruppe lo stile semplice e austero della moda postbellica. La linea di Dior fu definita dalla direttrice della rivista «Harper's Bazar» come un **new look**, pur essendo ispirata, di fatto, ai modelli sfarzosi d'inizio secolo. Era caratterizzata, infatti, da abiti a vita stretta, con bustino aderente, spalle arrotondate, gonna molto ampia e ricca di pieghe profonde, che rendevano indispensabile l'impiego di metri e metri di stoffa. Il nostalgico stile *new look* contribuì a risolvere la crisi dell'industria tessile ed esercitò un'influenza costante sulla linea degli abiti femminili fino agli anni Cinquanta. Dior fu uno dei primi stilisti ad aprire un **ufficio licenze**, attraverso le quali i suoi modelli furono prodotti anche in Giappone da una delle ditte autorizzate. Molte case di moda iniziarono a sfruttare il proprio marchio anche per la vendita regolamentata di **cartamodelli** e la produzione di accessori e profumi. Negli anni Cinquanta, grazie al sistema della **griffe** e delle licenze, case di moda come Chanel, Dior e Balenciaga fondarono veri e propri imperi finanziari.

L'America e i suoi miti

Tra gli anni Cinquanta e gli anni Sessanta i paesi occidentali guardarono agli Stati Uniti, usciti quasi indenni dal secondo conflitto mondiale e caratterizzati dall'economia più forte del mondo, come al modello più alto di sviluppo economico. Il cinema e la televisione diffondevano nel mondo immagini di benessere e abbondanza, ma anche lo **stile di vita irrequieto e ribelle** di molti giovani americani, che si opponevano alla società dominata dal nascente consumismo e ai valori imposti dalle generazioni precedenti. La giovinezza aveva rappresentato, fino a quel momento, uno stadio della vita piuttosto breve e senza differenze nette rispetto all'età adulta. L'assunzione precoce d'impegni civili, come la guerra, o di responsabilità familiari e occupazionali aveva determinato un passaggio quasi diretto dall'infanzia all'età adulta. Anche a livello esteriore, infatti, l'abbigliamento del giovane non si distingueva da quello dell'adulto. Quando i giovani iniziarono a ricercare e affermare una propria identità, rifiutando i modelli di vita tradizionali, rivoluzionarono anche il loro abbigliamento. Verso la metà degli anni Cinquanta, i giovani "ribelli" americani lanciarono la moda dei **jeans**, delle **T-shirt** e dei **giubbotti di pelle**. Essi diffusero, inoltre, il **rock and roll**, un genere musicale accompagnato da un ballo frenetico, nato proprio come espressione di rivolta contro la morale puritana americana e i suoi tabù.

L'era dei consumi di massa

Il **boom economico** degli anni Sessanta comportò lo sviluppo, accanto al settore dell'alta moda, di una nuova tipologia produttiva, orientata verso un abbigliamento di diffusione popolare, al tempo stesso pratico ed elegante. S'impone, così, il mercato del **prêt-à-porter** ('pronto-da-indossare'), ossia di abiti disegnati da uno stilista ma confezionati in serie, di buona qualità e di costo ragionevole. L'abbigliamento pronto era disponibile, in realtà, già dalla fine del XIX secolo, ma era anonimo e considerato di scarso valore. Fin dagli anni Quaranta, inoltre, erano diffusi negli Stati Uniti i capi *ready-to-wear*, che anticiparono il modello del *prêt-à-porter*. L'ascesa del nuovo settore

Glossario

cartamodello

Modello d'indumento ritagliato su carta in dimensioni reali, che si sovrappone alla stoffa per tracciare la forma.

griffe

Marchio di una ditta produttrice o di uno stilista, posto specialmente su capi o accessori di abbigliamento.

coincise con il graduale livellamento delle condizioni sociali e lo sviluppo della **società dei consumi**, consistente nella diffusione di modelli di consumo standardizzati, legati al soddisfacimento di bisogni non primari. La produzione industriale, la distribuzione su vasta scala e l'impiego dei tessuti artificiali determinarono il successo del *prêt-à-porter*. Esso divenne il fattore di maggiore incidenza nell'economia del settore e contribuì, in parte, alla **democratizzazione** della moda. L'alta moda, invece, rappresentò soprattutto uno spazio di sperimentazione e un mezzo pubblicitario, grazie al quale uno stilista poteva affermarsi e imporre sul mercato la propria griffe.

Aa Documenti T-shirt, storia e cinema

L'articolo ripercorre la storia di uno dei capi d'abbigliamento più diffusi, oggi, in tutto il mondo, nelle sue innumerevoli versioni: standard, kitsch, griffata, ideo-

logica, artistica. In quest'ultima tipologia rientrano, oltre alle numerose T-shirt confezionate con versi o massime famose, quelle esposte in alcuni musei, che

sono servite da supporto materiale per le sperimentazioni di artisti quali Andy Warhol e Keith Haring.

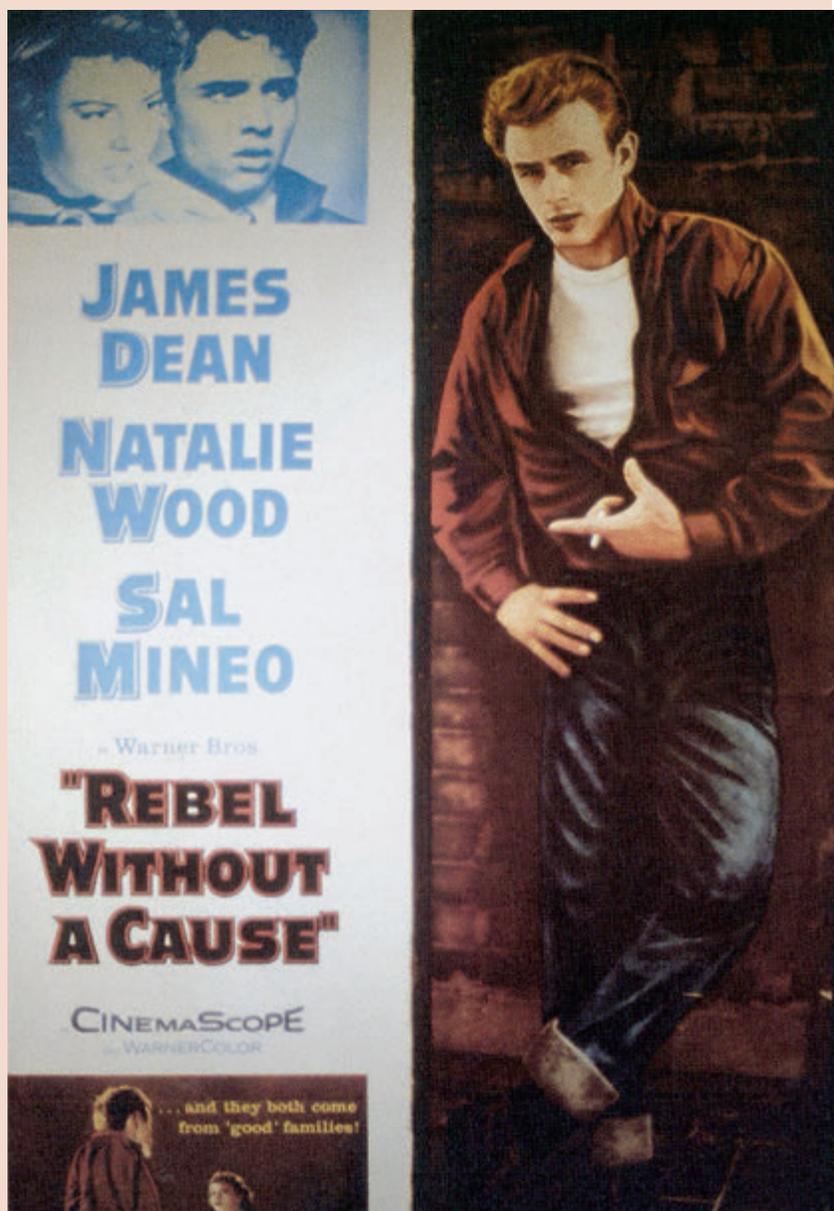
Onore al merito. Sono stati loro, Marlon Brando e James Dean a sdoganare definitivamente la T-shirt, grazie a storiche pellicole cinematografiche come *Un tram chiamato desiderio* (1951) e *Gioventù bruciata* (1955). Con loro la T-shirt, così battezzata dalla U.S. Navy per la caratteristica forma a T, si è trasformata in un *must* della gioventù ribelle, assurgendo, in poche manciate di anni, insieme con i jeans, al chiodo e al tubino nero, a un classico di ogni armadio senza distinzioni di età.

Fino ad allora la T-shirt, comparsa per la prima volta nel 1899 come indumento intimo ufficiale della marina militare statunitense, era utilizzata durante l'attività sportiva dagli studenti delle grandi università americane che, negli anni Venti, cominciarono a personalizzarla con i loro nomi. Di lì a poco, intuendone il futuro successo, iniziarono a contendersene la paternità marchi quali Hanes e Fruit of the Loom.

A partire dagli anni Cinquanta, l'ascesa di questo indumento, in total white, colorato, o arricchito da slogan, è continuata inarrestabile nella vita e sullo schermo, piccolo o grande che fosse. Coreografica sugli interpreti di *West side story* (1961), immancabile addosso ai protagonisti di quella fortunata serie televisiva che è stata *Happy Days* (1974), ultrasexy sulle forme di Jean Seberg in *Fino all'ultimo respiro* (1960) di Jean-Luc Godard, la T-shirt ha raggiunto uno status mitico anche grazie a rockstar quali Mick Jagger e Bruce Springsteen, e a titani dello stile come Giorgio Armani, Jean Paul Gaultier e Tom Ford, che ne hanno fatto, in modi e periodi diversi, un segno inconfondibile.

da «Il Venerdì di Repubblica», 8 luglio 2005

James Dean in T-shirt, giubbotto di pelle e jeans nella locandina del film *Rebel without a cause* ('Gioventù bruciata'), di Nicholas Ray



La rivoluzione della moda

Nel 1964 uno stilista americano, Rudi Gernreich, disegnò un costume da bagno femminile fatto di soli slip: il **monokini**. Nell'anno successivo **Mary Quant** lanciò la **minigonna**, un capo che, a detta della stessa stilista, era già apparso per le strade di Londra indosso a molte ragazze. Tali creazioni furono motivo di scandalo ma segnarono l'inizio di una nuova concezione del corpo, che prese il nome di *body consciousness* ('consapevolezza del proprio corpo'). L'esibizione di alcune parti del corpo femminile, come le gambe e il seno, non era più avvertita dai giovani come un tabù e rappresentava al tempo stesso il modo più efficace per distinguersi dalle generazioni precedenti. Il 1968 fu l'anno della contestazione e dei disordini studenteschi. La protesta dei giovani ebbe per oggetto la guerra nel Viet Nam (nella quale i soldati americani erano impegnati dagli inizi degli anni Sessanta), il sistema educativo e il consumismo. Esplose la moda **hippy**: i giovani portavano i capelli lunghi, indossavano jeans logori e camicie a fantasie floreali. Spesso andavano in giro scalzi e realizzavano a mano abiti e collane. Questa forma di **antimoda**, che nasceva dal rifiuto del conformismo e dell'ideologia consumistica, divenne presto una tendenza mondiale seguita anche da chi non aderiva al movimento **hippy**. I grandi magazzini si riempirono di jeans "a zampa di elefante", abiti a fiori, casacche vivaci e camicie in pizzo nello stile "della nonna". Anche gli stilisti parigini si ispirarono al nuovo stile: presentarono jeans **patchwork** o sdruciti come capi alla moda e applicarono ai loro modelli motivi di fiori e farfalle.

Un altro evento che segnò la moda di questi anni fu l'esplorazione spaziale, che ebbe inizio con il lancio, nel 1957, del primo satellite artificiale, lo Sputnik, e culminò con lo sbarco dell'uomo sulla Luna nel 1969. Parallelamente all'impegno tecnologico e scientifico si sviluppò un interesse diffuso per le nuove frontiere dello spazio. Furono in voga film e libri di fantascienza e anche l'arte e la moda si ispirarono alle conquiste spaziali. Nei primi anni Sessanta il pittore inglese Richard Hamilton trasse ispirazione per alcuni quadri dalle immagini del film *Il pianeta proibito* di Fred McLeod Wilcox (1956), uno dei primi dell'inesauribile filone cinematografico sui marziani e lo spazio. Nel 1964 Pierre Cardin lanciò un'intera collezione di **moda spaziale**. I modelli erano caratterizzati dalle forme geometriche e da applicazioni in pelle o vinile.

La moda degli anni Sessanta sperimentò anche **materiali alternativi** rispetto ai tessuti. Nel 1966 fece il suo debutto nell'alta moda lo stilista spagnolo **Paco Rabanne** che si rese famoso realizzando abiti in maglia di metallo e dischi di plastica legati da anelli d'acciaio.

Glossario

patchwork

Composizione ottenuta con pezzi di stoffa o di maglia di diversi colori e forme cuciti insieme in modo da formare un unico tessuto variopinto.

campitura

In pittura, coloritura uniforme di una zona delimitata di un quadro.

I modi della storia Dal neoplasticismo allo stile *optical*

Gli anni Sessanta furono il periodo di maggiore influenza sulla moda da parte delle correnti artistiche del XX secolo. Nel 1965 lo stilista **Yves Saint-Laurent**, che alla morte di Dior ne aveva rilevato la *maison*, lanciò il *Mondrian look*, una collezione di abiti ispirati alle tele di Piet Mondrian (1872-1944). Questo pittore olandese fu tra i fondatori, nel secondo decennio del XX secolo, della corrente artistica del neoplasticismo, che mirava a proporre «nelle linee rette e nei colori primari nettamente definiti» un senso di ordine ideale e astratto. I suoi quadri proponevano linee nere perpendicolari che si incrociavano in rettangoli e quadrati **campiti** con colori elementari (gial-

lo, rosso, blu) o non-colori (bianco, nero, grigio). Yves Saint Laurent sfruttò la linea semplice dei tubini per riprodurre su di essi le immagini dei dipinti di Mondrian. La collezione del 1966 fu ispirata, invece, al contemporaneo fenomeno della *pop art* ('arte popolare'), basata sulla riproduzione ossessiva degli oggetti di consumo e dei simboli della società di massa (immagini pubblicitarie, icone del cinema e gli stessi oggetti di produzione industriale). Lo stesso Andy Warhol (1930-1987), esponente di rilievo della *pop art*, offrì lo spunto agli stilisti, realizzando alcuni vestiti con le immagini dei suoi quadri. Apparvero in questi anni perfino abiti in carta su cui erano riprodotti i barattoli

di minestra Campbell, che Warhol aveva scelto come soggetto di molte sue tele. Verso la fine degli anni Sessanta gli stilisti si ispirarono anche all'arte cinetica (che cercò d'introdurre nell'opera d'arte il movimento reale o virtuale) e a quella *optical*, basata sugli effetti di suggestione ottica ottenuti attraverso combinazioni geometriche e accostamenti cromatici. **Pierre Cardin**, allievo di madame Paquin e di Elsa Schiaparelli, cercò di introdurre in molte sue creazioni effetti ottici e cinetici, attraverso le immagini (linee a spirale, cerchi colorati, contrasti di bianco e nero) e la scelta dei tessuti (cangianti o plissettati, cioè a fitte piegoline).



L'interno di una boutique, fine anni Sessanta

Nei primi anni del decennio Sessanta-Settanta Londra divenne la capitale di una vera e propria rivoluzione della moda e del suo mercato. Furono inaugurate decine e decine di *boutique*, piccoli locali dove giovani creatori confezionavano modelli ricchi di fantasia. Queste piccole imprese influenzarono in maniera determinante lo *shopping* e lo stile di quegli anni, presto esportato in tutto il mondo. Oltre alla minigonna, caratterizzarono la moda dei giovani *hippy* i pantaloni "a zampa di elefante", colori e fantasie molto vivaci spesso influenzati dal mondo della grafica, i *foulard* legati con un nodo dietro la testa e le scarpe con la zeppa e il tacco largo: stravaganze tornate di moda nei primi anni del Duemila.



Giovane hippy, anni Settanta



Tailleur-pantalone di Armani, primavera-estate 1980



Abito da sera di Valentino, primavera-estate 1982

Nel marzo 1980, sulla rivista «International Herald Tribune», la giornalista Herbe Dorsey scriveva: «La gara Milano-Parigi è in pieno svolgimento con Milano in chiaro e netto miglioramento. Mentre, infatti, sono d'accordo che Parigi fornisce l'ispirazione e la direzione, Milano ha avuto ragione sul fatto di arrivare all'interpretazione e alla confezione. La Francia si guadagna la gloria, ma gli italiani sono stati molto bravi nel guadagnare denaro». La giornalista evidentemente aveva intuito le enormi potenzialità delle case di moda italiane che fin dalla fine degli anni Settanta avevano iniziato a dare corpo all'*italian style*: un look elegante, sempre sinonimo di fama e prestigio.

Power dressing e tendenze attuali

Negli anni Settanta l'industria del *prêt-à-porter* si era ormai sviluppata in molti paesi. Le case di moda italiane cominciarono ad affermarsi a livello internazionale proponendo quello che negli anni Ottanta divenne *l'italian style*: un look elegante e pratico pensato per uomini e donne in carriera. In questo decennio si diffuse, infatti, il tipo del cosiddetto **yuppie**, sigla di *young urban professional*, ossia del giovane professionista ambizioso, sempre in forma e scattante, attento alla cura della propria immagine e pronto ad accettare il capitalismo "sgomitante" pur di fare una rapida carriera. Anche molte donne adottarono un modello di vita analogo. Il loro stile d'abbigliamento fu definito **power dressing**, in quanto mirava a trasmettere un'immagine di efficienza e di autoritarismo attraverso abiti con spalle molto imbottite, colori decisi e linee essenziali. A ispirare il corso della moda anni Ottanta fu, pertanto, una realtà sociale estremamente competitiva, in cui acquisirono un'importanza fondamentale la carriera, il successo e la ricchezza economica. **Milano**, divenuta la capitale della moda italiana, si distinse nella capacità di anticipare le tendenze attraverso le ricerche di mercato e cominciò a fare concorrenza a Parigi, grazie alle produzioni di Fiorucci, Armani, Versace e Ferré. A partire dagli anni Ottanta gli stilisti cominciarono a proporre a getto continuo modelli originali e innovativi, mirando soprattutto a stupire e trasgredire. **Jean-Paul Gaultier** e **Vivienne Westwood** lanciarono un look sexy e aggressivo trasformando in vestiti i modelli tradizionali di biancheria intima, come corsetti, crinolone e giarrettiere.

Negli anni Novanta, come reazione alla cultura materialistica della moda e alla mania delle griffe, si impose un look più semplice ed essenziale, caratterizzato anche dall'utilizzo di abiti realizzati con materiali ecologici o riciclati. Alla fine del secolo la moda cominciò a sviluppare un **approccio postmoderno**, applicando a modelli di sapore ottocentesco tessuti *high tech* ("altamente tecnologici"), cioè realizzati con una tecnologia industriale avanzata, soffici e leggeri. Fra le attuali tendenze c'è invece il **vintage**: la moda d'indossare abiti di seconda mano realizzati dai grandi stilisti del passato, abbinandoli spesso a capi moderni.

➔ La storia al cinema **Zoolander**

Zoolander

Produzione: USA 2001

Regia: Ben Stiller

Attori: Ben Stiller, David Duchovny, Jon Voight, Jerry Stiller, Christine Taylor, Mila Jovovich, Owen Wilson

Durata: 89'

Derek Zoolander, un famoso modello, è stato per tre anni di seguito il vincitore del prestigioso premio assegnato al "Modello Maschile dell'Anno". Ma il nuovo idolo delle passerelle è ormai il biondo Hansel, che soffiò a Derek il titolo. Un giornale, per giunta, ne screditò l'immagine e il modello, deluso, pensa di ritirarsi. Fortunatamente, è contattato da Mugatu, lo stilista più in voga del momento,

perché diventi *testimonial* per la sua nuova linea: «Derelict», ispirata ai senzateleto. Il modello non sa, tuttavia, che dietro Mugatu opera una coalizione di stilisti che intendono servirsi di lui, ritenuto uno sciocco vanesio, per assassinare il primo ministro della Malesia. Questi, infatti, intende combattere lo sfruttamento di manodopera minorile nelle fabbriche tessili del suo paese, con conseguente danno per l'industria della moda. Con l'aiuto di una giornalista del «Time» e il sostegno inatteso di Hansel, Derek riesce tuttavia a smascherare il complotto, denunciando uno sfruttamento secolare ai danni degli operai del settore tessile, difeso e promosso dalle grandi case di moda di tutto il mondo.

La sequenza iniziale è stata girata al Madison Square Garden durante una

vera premiazione dei *Vogue Fashion Awards*, gli Oscar della moda che sono assegnati ogni anno ai migliori stilisti e modelle. Figurano, infatti, personaggi noti del mondo della moda e dello spettacolo, come Donatella Versace e Donald Trump. Il film è soprattutto una satira innocua e divertente dei vari aspetti del mondo della moda: la fatuità del modello-sex symbol, l'importanza data nel *jet set* all'immagine e al successo, le bizzarrie della moda, la corsa al guadagno. Vi sono, tuttavia, anche spunti di riflessione su un ambiente nel quale non si mettono a frutto solo l'arte e la creatività, ma spesso anche meno nobili inclinazioni al cinismo, alla prevaricazione, allo sfruttamento. La moda non è solo arte, ma anche e soprattutto industria e commercio.

Esercizi

Nell'Ottocento la moda diventa il primo ambito sociale in cui la donna può esprimere sé stessa, indossando abiti originali e funzionali al nuovo ruolo che essa ricopre. Già a fine Ottocento compaiono le prime stiliste e le prime modelle che riescono a ritagliarsi un posto di primo piano in una società prevalentemente maschile, diffondendo un'immagine di intraprendenza, spregiudicatezza ed eccentricità.

Tappa 1 La prima tappa del percorso consiste nell'analizzare il mondo della moda e delle sue influenze, dal 1890 al 1980.

a. Completa la tabella riassuntiva sulla storia della moda, inserendo le informazioni richieste.

PERIODO	FATTORI CHE INFLUENZANO LA MODA	STILISTI PROTAGONISTI	DESCRIZIONE DEGLI ABITI
1890-1900			
Inizi del Novecento			
Anni '20			
Anni '30			
Anni '40			
Anni '50			
Anni '60			
Anni '70			

Rispondi ora alle domande seguenti.

1. Che cosa si intende per *art nouveau*?
2. In che cosa consiste il ruolo del divismo? In che misura le riviste, il cinema e gli spettacoli lo alimentarono?
3. Quale fu la funzione del cartamodello? Che vantaggi portò?

Tappa 2 La seconda tappa del percorso consiste in una riflessione sulle ricadute che i regimi totalitari ebbero sulla moda.

- a. Nel 1932 il fascismo istituì l'Ente nazionale moda. Quali furono gli effetti economici e sociali che ebbe l'istituzione di questo ente? Argomenta le tue risposte costruendo un testo breve (max 10 righe).
- b. Collega ciascuna definizione, a destra, con il relativo termine, a sinistra.

YUPPIE	Movimento artistico che influenzò i diversi ambiti dell'arte. Nacque nel 1916, in Svizzera. L'obiettivo degli artisti fu quello di esprimere in modo del tutto libero la propria creatività, liberi dai valori e dalle costrizioni della società.
DADAISMO	Tipo di danza nata a Parigi nei locali notturni e conosciuta attraverso i manifesti pubblicitari. Si contraddistinse per la velocità dei gesti e per i ritmi incalzanti.
CANCAN	Acronimo di <i>young urban professional</i> . Sta a indicare il giovane professionista ambizioso, sempre in forma e scattante, cultore della propria immagine, attento alla posizione in società e alla carriera.
PATCHWORK	Composizione, abito, ecc., ottenuti assemblando pezzi di stoffa o di maglia di diversi colori, così da formare un unico tessuto variopinto.
GRIFFE	Significa 'arte popolare'. Corrente artistica che mira a riprodurre in modo ossessivo gli oggetti di consumo e i simboli della società di massa.
CELLOFAN	Marchio di una casa di moda o di uno stilista, posto su capi, su accessori e su ogni tipo di oggetto prodotto dalla ditta stessa.
POP ART	È una sostanza chimica ottenuta da una cellulosa. Si presenta in fogli sottili e viene usata per la produzione di materiale trasparente impermeabile.

- c. Completa il brano inserendo i termini di seguito elencati.

spensieratezza • art nouveau • benessere • raggi X • pizzo • il grammofofono • cancan • linee sinuose • figure e volti femminili • calze di seta • floreale • tecnica • divertimenti • fiori • elettricità • vivacità • velocità • ghirlande • Ottocento e Novecento • arte pubblicitaria • scandalosa • natura • liberty • scienza • belle époque • musica • danza • foglie.

A cavallo fra e si diffuse una nuova corrente culturale che, nell'arco di pochi anni raggiunse tutta l'Europa. Il suo nome era «.....». In quegli anni l'Europa viveva in un clima di, e Accanto a questa serenità diffusa si aggiunse una cieca fiducia nella e nella Nel pieno del positivismo sociale, molte furono le scoperte fatte. Vennero scoperti i, e altre novità che contribuirono a migliorare lo stile di vita della società europea. Si diffusero così i primi elettrodomestici, fra cui il Con l'invenzione di questo apparecchio, la entrò nei salotti privati. Invece nei locali pubblici prese piede il, un nuovo tipo di che ha come caratteristica la e La danza era ritenuta perché le ballerine indossavano e ballavano sollevando e agitando, con le mani, ampie sottane di Anche l'arte fu influenzata da questo clima. Il nuovo gusto estetico prese il nome di, e combinate con e divennero oggetto di rappresentazioni scultoree e pittoriche. L'arte traeva ispirazione direttamente dalla Anche l'..... risentì dell'*art nouveau*. In Italia la nuova corrente culturale prese il nome di o

- d. Scrivi un articolo di giornale sulla diversa funzione dell'abbigliamento femminile in rapporto al mutare dei contesti storici. Tieni conto della seguente scaletta.

- Rapporto abbigliamento/ruolo e funzione della donna dalla metà dell'Ottocento agli anni Venti del Novecento.
- Rapporto moda/arte.
- Moda intesa come sinonimo di immagine femminile e come campo d'azione privilegiato delle donne all'interno di una società prevalentemente maschilista.
- Rapporto abbigliamento/ruolo sociale della donna durante le guerre.
- Ruolo dei mass media come mezzo di propaganda dell'abbigliamento femminile.
- Dal divismo dei primi del Novecento alla svalutazione dell'immagine femminile nella società postmoderna.