

Mariselda Tessarolo
Livia Gaddi

Moda, individuo, società

Un lungo viaggio

Laboratorio Sociologico

FRANCOANGELI

Teoria,
Epistemologia,
Metodo

Direttore Scientifico: Costantino Cipolla

Laboratorio Sociologico approfondisce e discute criticamente tematiche epistemologiche, questioni metodologiche e fenomeni sociali attraverso le lenti della sociologia. Particolare attenzione è posta agli strumenti di analisi, che vengono utilizzati secondo i canoni della scientificità delle scienze sociali. Partendo dall'assunto della tolleranza epistemologica di ogni posizione scientifica argomentata, Laboratorio Sociologico si fonda su alcuni principi interconnessi. Tra questi vanno menzionati: la combinazione creativa, ma rigorosa, di induzione, deduzione e adduzione; la referenzialità storico-geografica; l'integrazione dei vari contesti osservativi; l'attenzione alle diverse forme di conoscenze, con particolare attenzione ai prodotti delle nuove tecnologie di rete; la valorizzazione dei nessi e dei fili che legano fra loro le persone, senza che queste ne vengano assorbite e – ultimo ma primo – la capacità di cogliere l'alterità a partire dalle sue categorie "altre". Coerentemente con tale impostazione, Laboratorio Sociologico articola la sua pubblicistica in sei sezioni: *Teoria, Epistemologia, Metodo; Ricerca empirica ed Intervento sociale; Manualistica, Didattica, Divulgazione; Sociologia e Storia; Diritto, Sicurezza e Processi di vittimizzazione; Sociologia e storia della Croce Rossa.*

Comitato Scientifico: Natale Ammaturo†; Ugo Ascoli (Ancona); Claudio Baraldi (Modena e Reggio Emilia); Leonardo Benvenuti, Ezio Sciarra (Chieti); Danila Bertasio (Parma); Giovanni Bertin (Venezia); Rita Biancheri (Pisa); Annamaria Campanini (Milano Bicocca); Gianpaolo Catelli (Catania); Bernardo Cattarinussi (Udine); Roberto Cipriani (Roma III); Ivo Colozzi, Stefano Martelli (Bologna); Celestino Colucci (Pavia); Raffaele De Giorgi (Lecce); Paola Di Nicola (Verona); Roberto De Vita (Siena); Maurizio Esposito (Cassino); Antonio Fadda (Sassari); Pietro Fantozzi (Cosenza); Maria Caterina Federici (Perugia); Franco Garelli (Torino); Guido Giarelli (Catanzaro); Guido Gili (Campobasso); Antonio La Spina (Palermo); Clemente Lanzetti (Cattolica, Milano); Emiliana Mangone (Salerno); Giuseppe Mastroeni (Messina); Rosanna Memoli (La Sapienza, Roma); Everardo Minardi (Teramo); Giuseppe Moro (Bari); Giacomo Mulè (Enna); Giorgio Osti (Trieste); Mauro Palumbo (Genova); Jacinta Paroni Rumi (Brescia); Antonio Scaglia (Trento); Silvio Scanagatta (Padova); Francesco Sidoti (L'Aquila); Donatella Simon (Torino); Bernardo Valli (Urbino); Francesco Vespasiano (Benevento); Angela Zanotti (Ferrara).

Corrispondenti internazionali: Coordinatore: Antonio Maturo (Università di Bologna) Roland J. Campiche (Università di Losanna, Svizzera); Jorge Gonzales (Università di Colima, Messico); Douglas A. Harper (Duquesne University, Pittsburgh, USA); Juergen Kaube (Accademia Brandeburghese delle Scienze, Berlino, Germania); André Kieserling (Università di Bielefeld, Germania); Michael King (University of Reading, Regno Unito); Donald N. Levine (Università di Chicago, USA); Christine Castelain Meunier (Casa delle Scienze Umane, Parigi, Francia); Maria Cecília de Souza Minayo (Escola Nacional de Saúde Pública, Rio de Janeiro, Brasile); Everardo Duarte Nunes (Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, Brasile); Furio Radin (Università di Zagabria, Croazia); Joseph Wu (Università di Taiwan, Taipei, Taiwan).

Coordinamento Editoriale delle Sezioni: Giuseppe Masullo

Ogni sezione della Collana nel suo complesso prevede per ciascun testo la valutazione anticipata di due referee anonimi, esperti nel campo tematico affrontato dal volume. Alcuni testi di questa collana sono disponibili in commercio nella versione e-book. Tali volumi sono sottoposti allo stesso controllo scientifico (doppio cieco) di quelli presentati in versione a stampa e, pertanto, ne posseggono lo stesso livello di qualità scientifica.

Sezione *Teoria, Epistemologia, Metodo* (attiva dal 1992). *Responsabile Editoriale*: Leonardo Altieri. *Comitato Editoriale*: Agnese Accorsi; Gianmarco Cifaldi; Francesca Cremonini; Davide Galesi; Francesco Gandellini; Ivo Germano; Maura Gobbi; Francesca Guarino; Silvia Lolli jr.; Alessia Manca; Emmanuele Morandi†; Alessandra Rota; Barbara Sena.

Sezione *Ricerca empirica ed Intervento sociale* (attiva dal 1992). *Coordinatore Scientifico*: Andrea Bassi; *Responsabile Editoriale*: Sara Sbaragli. *Comitato Editoriale*: Sara Capizzi; Teresa Carbone; Paola Canestrini; Carmine Clemente; David Donfrancesco; Laura Farneti; Pietro Paolo Guzzo; Ilaria Iseppato; Lorella Molteni; Paolo Poletтини; Elisa Porcu; Francesca Rossetti; Alessandra Sannella.

Sezione *Manualistica, Didattica, Divulgazione* (attiva dal 1995). *Coordinatore Scientifico*: Linda Lombi. *Responsabile Editoriale*: Arianna Marastoni. *Comitato Editoriale*: Veronica Agnoletti; Flavia Atzori; Alessia Bertolazzi; Barbara Calderone; Raffaella Cavallo; Carmela Anna Esposito; Laura Gemini; Silvia Lolli sr.; Ilaria Milandri; Annamaria Perino; Fabio Piccoli.

Sezione *Sociologia e Storia* (attiva dal 2008). *Coordinatore Scientifico*: Nicola Strizzolo (Università di Udine) *Consiglio Scientifico*: Nico Bortoletto (Università di Teramo); Alessandro Bosi (Parma); Camillo Brezzi (Arezzo); Luciano Cavalli, Pietro De Marco, Paolo Vanni (Firenze); Sergio Onger, Alessandro Porro (Brescia); Carlo Prandi (Fondazione Kessler – Istituto Trentino di Cultura); Adriano Prosperi (Scuola Normale Superiore di Pisa); Renata Salvarani (Cattolica, Milano); Paul-André Turcotte (Institut Catholique de Paris). *Responsabile Editoriale*: Alessandro Fabbri. *Comitato Editoriale*: Barbara Baccharini; Roberta Benedusi; Elena Bittasi; Emanuele Cerutti; Pia Dusi; Giancarlo Ganzerla; Nicoletta Iannino; Riccardo Maffei; Vittorio Nichilo; Ugo Pavan Dalla Torre; Alessandra Pignatta; Ronald Salzer; Stefano Siliberti†; Paola Sposetti, Loredana Tallarita.

Sezione *Diritto, Sicurezza e processi di vittimizzazione* (attiva dal 2011). *Coordinamento Scientifico*: Carlo Pennisi (Catania); Franco Prina (Torino); Annamaria Rufino (Napoli); Francesco Sidoti (L'Aquila). *Consiglio Scientifico*: Bruno Bertelli (Trento); Teresa Consoli (Catania); Maurizio Esposito (Cassino); Armando Saponaro (Bari); Chiara Scivoletto (Parma). *Responsabili Editoriali*: Andrea Antonilli e Susanna Vezzadini. *Comitato Editoriale*: Flavio Amadori; Christian Arnoldi; Michele Bonazzi; Rose Marie Callà; Teresa Carlone; Dafne Chitos; Gian Marco Cifaldi; Maria Teresa Gammone; Veronica Moretti; Annalisa Plava; Antonia Roberta Siino.

Sezione *Sociologia e storia della Croce Rossa* (attiva dal 2013). *Direzione Scientifica*: Costantino Cipolla (Bologna) e Giuseppe Parlato (Roma). *Consiglio Scientifico*: François Bugnion (CICR), Roger Durand (presidente Société “Henry Dunant”), Marco Accorinti (Roma Tre), Giuseppe Armocida (Varese), Stefania Bartoloni (Roma Tre), Fabio Bertini (Firenze), Nico Bortoletto (Teramo), Ettore Calzolari (Roma 1), Franco A. Fava (Torino), Sara Moggi (Verona), Jean-François Pitteloud, (già CICR), Duccio Vanni (Unifi), Oreste Foppiani (Istituto Universitario Europeo, FI), Costantino Filidoro (Cultore presso Ateneo di Trieste). *Comitato Editoriale*: Filippo Lombardi (coordinatore), Maria Enrica Monaco (coordinatrice), Massimo Aliverti, Carolina David, Renato Del Mastro, Gerardo Di Ruocco, Alberto Galazzetti, Elena Branca, Livia Giuliano, Laura Grassi, Veronica Grillo, Riccardo Romeo Jasinski, Pier Francesco Liguori, Maurizio Menarini, Gianluigi Nava, Marisella Notarnicola, Marcello Giovanni Novello, Raimonda Ottaviani, Isabella Pascucci, M.Grazia Baccolo, Francesco Ranaldi, Piero Ridolfi, Calogera Tavormina, Mara Dissegna.

Mariselda Tessarolo
Livia Gaddi

Moda, individuo, società

Un lungo viaggio

LABORATORIO SOCIOLOGICO



FRANCOANGELI

Teoria, Epistemologia,
Metodo

La cura redazionale ed editoriale del volume è stata realizzata da Benedetta Turco

Il coordinamento editoriale e i referenti di “Laboratorio Sociologico online” sono indicati nel box a chiusura del volume

Isbn: 9788835167723

Copyright © 2024 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it

Indice

Premessa. Studiare la moda	»	7
<i>di Mariselda Tessarolo e Livia Gaddi</i>		
1. Una lettura interculturale sulla moda	»	9
1.1 Che cos'è la moda per i suoi studiosi	»	9
1.2 Origini dell'abbigliamento	»	23
2. Le pluralità delle forme della moda	»	31
2.1 Primato della vista e tempo della moda	»	31
2.2 Mutevolezza delle forme	»	37
2.3 L'abito nel tempo	»	40
2.4 La moda come forma di cultura	»	46
2.5 Essere "alla moda": processo di imitazione	»	48
2.6 L'abbigliamento come messaggio plurisemantico	»	52
2.7 Moda, relazioni sociali e comunicazione	»	58
3. La moda si racconta	»	63
3.1 Le "trascrizioni" o "scritture" della moda	»	63
3.2 Le riviste	»	67
3.3 Le sfilate	»	70
3.4 Le modelle	»	75
3.5 Gli stilisti	»	80
3.5.1 <i>Stilisti particolari: Capucci, Miyake, Yamamoto e Kawakubo</i>	»	82
4. Le potenzialità dell'abbigliamento	»	86
4.1 Il Lusso	»	86
4.2 Artificiazione ovvero il lusso come modello del lavoro umano	»	90
5. Moda e tecnologia	»	95
5.1 Moda digitale	»	95

5.2	Moda e tecnologia: Smart clothes	»	98
5.3	Dress Code ovvero un abbigliamento per ogni occasione	»	103
5.4	Power dressing ovvero il potere del vestito	»	107
5.5	Il vestito comunica il nudo no	»	109
6.	Il consumo consapevole	»	112
6.1	Il tempo del consumatore	»	112
6.2	Consumatori consapevoli	»	115
6.3	Consumo e moda: sostenibilità e ambiente	»	117
7.	Caratteristiche generazionali della moda	»	122
7.1	I giovani e la moda	»	122
7.2	I giovani e gli stili metropolitani	»	132
7.3	Gli adolescenti e le scelte dell'abbigliamento	»	134
7.4	Essere bambini e bambine	»	139
8.	Le modalità espressive della moda	»	145
8.1	Gli abiti come oggetti della cultura materiale	»	145
8.2	“Fatto a mano”, “tagliato e cucito”	»	147
8.3	Pantaloni vs gonne	»	152
8.4	Modeste mode	»	160
8.5	Sartoriasi ovvero il godimento della scomodità	»	163
8.6	Globalizzazione e Orientalismo	»	168
9.	Conclusioni	»	174
	Bibliografia di riferimento	»	182

Premessa.

Studiare la moda

Il linguaggio, il mito, l'arte, la religione e la scienza sono le condizioni e gli elementi costitutivi di questa forma superiore di società. Sono i mezzi con i quali forme di vita sociali riscontrabili anche nella natura organica in genere si sviluppano dando luogo a un nuovo stato caratterizzato dalla coscienza sociale. La coscienza sociale dell'uomo dipende da un duplice atto, da un atto di identificazione e da un atto di autoidentificazione [...]. Ma questa (la vita sociale), non è una condizione che si presenti come forza determinante dall'esterno [...]. L'uomo si sottomette alle leggi della società ma, oltre a ciò ha anche una parte attiva nella realizzazione delle forme della vita sociale nonché la capacità di trasformarle. Negli stadi rudimentali della società umana questo potere di trasformazione è poco visibile, si riduce ad un minimo. Ma tanto più si procede nei tempi, quanto più si manifesta ed acquista importanza, in un lento sviluppo constatabile in tutte le forme della cultura umana. (Cassirer, 1972, p. 367)

La moda rappresenta uno dei fenomeni sociali più caratteristici della società contemporanea, ma ha radici lontane nel tempo e uno sviluppo transnazionale favorito dalla globalizzazione e dalle nuove tecnologie, «confermandosi sempre di più luogo di novità, attrazione, rischio e avventura» (Segre Reinach, 2011, p. 49). Oggi è uno dei linguaggi della contemporaneità aperto a molte possibili letture. Definirne le molteplici valenze ha occupato un ruolo importante della produzione scientifica che ancora oscilla tra diversificate opzioni convenendo tuttavia di considerare la moda come “un fatto sociale” in senso durkheimiano. Quando parliamo di moda non ci limitiamo a intendere le «singole manifestazioni della cultura materiale (abiti, scarpe, accessori ecc.), ma facciamo riferimento al fenomeno sociale che dà forma a idee, processi, relazioni e conferisce il senso di appartenenza soddisfacendo, tuttavia, anche le esigenze di differenziazione» (Marchetti, 2020, p. 11). Come osserva Lipovetsky (1989) in *L'impero dell'effimero*, «la moda è una logica sociale indipendente dal contenuto ed è connotata da breve durata e da cambiamenti più o meno bizzarri che le rendono possibile esercitare la propria influenza su sfere ben distinte della vita collettiva». A partire da Platone

si è soliti distinguere tra realtà in sé da una parte e le sue rappresentazioni dall'altra, quindi tra profondità e superficie. «La moda è sempre superficie» (Svendsen, 2004) e, come sottolinea Kawamura «la moda è forse frivola sul piano sociale, ma è importante sul piano sociologico» (2004, p. 23) o, come osserva Curcio (1991, p. 20) è un «aspetto e un comportamento di una comunità sociale secondo il gusto particolare del momento».

Il termine “moda” deriva dal latino *modus* cioè usanza, costume, modi di vestire e “giusta misura”¹, opportunità in una determinata situazione. Oggi il suo significato è molto più ampio perché è associato ai comportamenti e agli stili di vita di una società. La letteratura sulla storia della moda è ampia e documentata², diventa progressivamente oggetto di indirizzi di ricerca interdisciplinare che comprendono storia, filosofia, economia, antropologia e sociologia. L'approccio scelto per organizzare una ulteriore riflessione sul tema, che si avvale soprattutto delle analisi sociologiche, intende valorizzare gli snodi più rilevanti del processo, le fasi che segnano una svolta significativa in qualche caso rivoluzionaria, laddove grandi stilisti intercettano e accompagnano l'onda del cambiamento storico-sociale. Sono prese in esame in sequenza le origini dell'abbigliamento con il contributo delle ricerche antropologiche ed archeologiche, il configurarsi e l'ampliarsi dell'impatto sociale del fenomeno in età moderna a seguito della seconda rivoluzione industriale, quando il progressivo affermarsi economico e sociale della borghesia ha messo in ombra il primato anche estetico della nobiltà, fino al rifiuto dei canoni e dei valori borghesi da parte dei movimenti giovanili che rivendicano nuovi assetti politico-sociali anti-sistema proponendo stili di vita e di abbigliamento alternativi. Infine, lo sguardo si estende alla contemporaneità segnata dalla globalizzazione che pare diretta verso nuovi orizzonti non ancora compiutamente decifrabili.

Mariselda Tessarolo e Livia Gaddi

¹ “Abito”, a sua volta deriva dal latino e significa “contegno”, “aspetto”. Il termine “indumento” significa “involucro”, infine “moderno” significa “che succede ora”. L'abito, quindi, è il “modo” in cui l'individuo si mostra al mondo.

² Infatti, comprende non solo pubblicazioni, ma anche la sua presentazione visiva nelle gallerie e nelle mostre e, da non dimenticare gli spazi espositivi in rete (Riello, Gerritsen, 2016; Riello, 2016).

1. Una lettura interculturale sulla moda

1.1 Che cos'è la moda per i suoi studiosi

Verso la metà dell'800 appaiono i primi studi sociologici sulla moda, in quanto espressione estetica di una fitta rete di significati e di simboli rivolti ad indagare i nuovi meccanismi del potere sociale e dei rapporti tra individuo e società. La società stava cambiando e anche l'abbigliamento andava acquisendo centralità con una riflessione sempre più interculturale sul suo significato sociale, pur posticipata nel tempo perché considerato una tematica di scarsa rilevanza. La creazione e l'adozione di una nuova moda rafforzano bisogni individuali di cambiamento e nello stesso tempo, rappresentano un'esigenza collettiva che è originata dalla trasformazione di fattori economici, geografici, culturali ed estetici. La moda ha sporadicamente suscitato l'interesse di diverse prospettive anche filosofiche, dall'Enciclopedia di Rousseau e d'Alambert (1751-1772) alla condanna di Rousseau che riteneva gli abiti malsani e scomodi, dalla visione kantiana della moda come vanità e follia, fino al riconoscimento che si tratta di un fenomeno che caratterizza la modernità. Anche la filosofia, quindi, riconosce che la moda è un fenomeno di realtà con un ruolo sempre più incisivo non solo per l'impatto economico-commerciale della produzione, ma anche per le caratteristiche consumistiche della fruizione.

SPENCER HERBERT (1820-1902) figura chiave del Positivismo ottocentesco, attribuisce la nascita del costume, cioè dell'"indossare il vestito", al bisogno di ammirazione che viene sollecitato dalla cura e dalla decorazione del corpo (gli ornamenti hanno la stessa origine dei vestiti). Considera la moda come una categoria di regole sociali che determina una condotta che, partendo dall'imitazione degli individui socialmente affermati, sfocia poi in una forma di compromesso sempre altalenante tra forme di restrizioni, spazi di libertà. Nel suo libro *Principi di Sociologia*, analizza lo sviluppo

della moda nell'età industriale quando per la moda comincia una tendenza all'uguaglianza che favorisce lo sviluppo dell'individualità dovuto alla caduta dei segni di distinzione di classe. Comincia un periodo di decadenza durante il quale l'imitazione non si ispira più al bello. La caduta dei segni di distinzione di classe riduce quella rivalità che spingeva all'imitazione. La moda per l'autore ha origine anche dal desiderio di affermarsi, riuscire ad essere uguali al "modello", è proprio questa aspirazione all'uguaglianza che tende a cancellare le distinzioni di classe. Spencer nell'istituzione della moda vede anche l'evoluzione di un sistema precedente, il cerimoniale, che è una caratteristica delle società militari dove le scelte individuali sono minime. Tuttavia, mentre la cerimonia fa risaltare le disuguaglianze, la moda tende a produrre somiglianze.

SUMNER WILLIAM (1840-1910) sociologo statunitense mette in luce il ruolo dominante della moda nella società moderna e sull'aspetto quasi coercitivo del fenomeno, sottolineando che chi sceglie non ha strumenti per contrattare con la moda dominante: sottrarsi alla moda comporta quindi il rischio di emarginazione quando non di condanna sociale. Lo studioso sottolinea la componente di irrazionalità propria della moda e si dedica allo studio dei costumi di gruppo¹, che sono il prodotto di forze naturali che gli individui attivano inconsapevolmente e che sono trasmessi dalla tradizione, non ammettono eccezioni e variazioni se non quando si devono affermare nuove convinzioni. Dai suoi scritti emerge una visione globale che ha una precisa funzione di mutamento non sottoposto alla razionalità. Lo studioso include nel concetto di moda anche alcuni atteggiamenti e comportamenti come: dare la mano, sorridere durante una conversazione ecc. che sono di supporto alla vita sociale.

TARDE GABRIEL (1843-1904) è tra i primi teorici della moda intesa come irraggiamento e contagio imitativo. Nella sua opera *Les lois de l'imitation* (1881), lo studioso sostiene che il corso della vita sociale è regolato dall'invenzione e dall'imitazione, dal concorso di queste due forze, nascono le forme sociali all'interno delle quali si sviluppano differenze legate alla formazione della personalità che intercetta i costumi sociali per collocarsi in modo originale, dando vita alla novità nella ripetizione, alla differenza nell'imitazione, all'individualità nella società. Per Tarde il desiderio viene considerato come un elemento fondamentale nella produzione industriale e nel marketing. Esso investe la merce che non è più solo un bene di consumo

¹ Il suo libro *Folkways* fu pubblicato nel 1906 e ristampato nel 1963.

ma anche un oggetto che veicola il bisogno di appartenenza alla comunità. L'individualizzazione si sviluppa attraverso il rapporto di imitazione che l'individuo intrattiene con il gruppo sociale perché i desideri e le credenze sono anche quelle degli altri. Lo studioso sottolinea che, ogni processo psicologico che orienta l'individuo nei suoi comportamenti (es. l'imitazione), è un fattore costante, ma anche temporale. La moda è, per lo studioso francese, un fatto importante nella vita sociale, poiché è una condizione che coinvolge altre situazioni sociali come le arti, l'alimentazione le idee ecc., ma la moda è particolarmente legata al mutamento, è governata dal principio di innovazione continua, nelle forme e nei contenuti in quanto fenomeno che tende ad assicurare la continuità stessa del sociale.

SIMMEL GEORG (1858-1918) filosofo tedesco, attribuisce alla moda il ruolo fondamentale di essere promotore della maggior parte delle relazioni umane, essa non riguarda solo il modo di vestirsi, ma anche la sfera dei comportamenti. La moda prende vita dal duplice impulso dell'individuo di avere un riconoscimento sociale senza perdere la capacità di differenziarsi dagli altri. Lo studioso concepisce la moda come un "sistema di coercizione" che comunica l'appartenenza dell'individuo a un gruppo e la sua indipendenza relativa al "territorio dello spirito". La moda si nutre dei principi dell'imitazione e della distinzione che una cerchia sociale trasmette verticalmente alla comunità, la sua diffusione ne determina la caducità e quindi la necessità di rinnovamento. La moda può rendere l'individuo dipendente o meno, la scelta di non seguire la moda può diventare essa stessa moda. È una forma psicologica e sociale sorretta da due impulsi contrastanti, appoggio sociale e bisogno di diversità che definiscono l'essenza della moda. L'imitazione è un'eredità psicologica, una specie di trasferimento della vita di un gruppo nella vita individuale. Il fascino di questo passaggio è di rendere possibile un agire finalizzato e dotato di senso senza che entri in scena alcun elemento personale e creativo, come se l'individuo si liberasse dal "tormento della scelta", che attribuisce al gruppo sociale nel confronto del quale rinforza il suo senso di appartenenza. Il motore della società capitalista non è più la produzione di merci, ma il loro consumo determinato dal valore simbolico attribuito alle merci stesse. L'individuo si lascia sedurre dall'oggetto di moda che ha il potere di permettere di concorrere alla scalata sociale e/o di diventare testimone del proprio *status*.

SOMBART WERNER (1863-1941) storico e sociologo si è occupato della moda in relazione alla necessità del lusso presente nei suoi contemporanei. La dipendenza dalla moda costringe le persone a uniformare i propri

bisogni a quelli degli altri, ma anche a soddisfarli prima di quanto riterrebbero necessario se non fossero inseriti in un determinato contesto sociale. Sull'impegno economico a cui sono esposti, incidono altri fattori perché la moda porta una tendenza al mutamento e alla standardizzazione dei bisogni. La moda è per lo studioso la più amata creatura del capitalismo, ha tratto origine dalla sua più intima natura e ne esprime la tipicità come pochi altri fenomeni del nostro tempo. Le merci acquistate non per il loro valore d'uso, sono destinate a una obsolescenza calcolata, uno spreco indispensabile per la produzione. La dipendenza dalla moda costringe le persone a uniformare i bisogni così come a mutarli prima di quanto il singolo consumatore non ritenga necessario qualora agisse in modo indipendente dal contesto sociale in cui è inserito. Non è possibile prevedere, da un punto di vista temporale, quando muterà la foggia degli abiti e quindi la moda (1967; 1988).

MCCRACKEN GRANT (1874-1962) antropologo canadese tratta la teoria "dell'inseguimento e fuga", quando le classi inferiori fanno proprie le nuove tendenze, le classi superiori devono cercare qualcosa di nuovo. In *Culture and Consumption* (1990) lo studioso sottolinea che la strategia imitativa emerge quando esiste uno scarto di potere tra gruppi per genere, età, appartenenza etnica a favore di chi detiene il potere. A partire dagli anni Settanta del Novecento, la moda diventa uno strumento di ribellione, una identità di gruppo e non di classe. L'antropologo sottolinea anche che la pubblicità e la moda sono in grado di definire con precisione il significato culturale dei beni che sono vissuti come una specie di ponte per la propria affermazione: il bene rappresenta qualcosa che il consumatore desidera, ma non è in grado di ottenere. Il desiderio di possedere qualcosa che è lontano e irraggiungibile, alimenta il sistema del consumo e produce un soggetto insoddisfatto dei suoi acquisti.

KROEBER ALFRED (1876-1960), antropologo statunitense, concepisce la cultura come un livello super-organico dell'evoluzione. Secondo il suo pensiero il concetto di cultura si trasforma in un concetto che designa non un solo oggetto, ma una molteplicità di oggetti distinti: non c'è la cultura umana considerata in una sua presunta unità, ma ci sono varie culture l'una diversa dall'altra. La struttura portante della cultura viene così individuata da diversi autori in un sistema di valori specifico, che può essere ricostruito sulla base delle regole che presiedono al comportamento concreto dei membri di una società e delle sanzioni che colpiscono i comportamenti devianti. Ma la struttura portante della cultura viene così individuata da diversi autori in un sistema di valori specifico, che può essere ricostruito sulla base delle

regole che presiedono al comportamento concreto dei membri di una società e delle sanzioni che colpiscono i comportamenti devianti. Ma la cultura diventa anche un fattore plasmante della personalità degli individui che ne fanno parte: a ogni cultura corrisponde un tipo particolare di personalità, definito come “personalità fondamentale”, rispetto a cui le personalità individuali rappresentano variazioni o forme devianti. A un livello intermedio si situano variazioni regolari: c’è il tempo, estremamente breve, delle “micro-mode”, caratteristico della nostra civiltà occidentale, dove la moda cambia in linea di principio ogni anno.

VEBLEN THORSTEIN (1879-1969), sociologo ed economista al quale va attribuito il merito di aver fatto i primi importanti tentativi di organizzazione scientifico-conoscitiva del fenomeno moda. Alla fine dell’Ottocento nel suo libro *Teoria della classe agiata*, ha sottolineato che la classe dominante poteva dimostrare, anche attraverso la moda, la propria agiatezza. Vestirsi rappresentava un’azione tesa a costruire e organizzare il proprio tempo costituito da una serie di microstrutture solo in parte legate ai ritmi naturali (giorno e notte, stagioni), ma spesso condizionata da occasioni particolari o create *ad hoc*, all’interno delle quali ci si poteva trasformare e mettere alla prova per poter interpretare nuovi ruoli. Esiste una funzione paradossale nell’abbigliamento, da un lato vestirsi rappresenta una sfida nei confronti di se stessi, dall’altro assume un potere rassicurante e gratificante nel confronto con il sé. Per lo studioso la moda è strettamente legata alla problematica del consumo e dell’abbigliamento, come elemento distintivo della classe agiata che, per non riconoscere come spreco² le spese inutili, giustifica i suoi gusti e le spese per soddisfarli, essenziali per il raggiungimento di un maggior benessere. Solo più tardi tale comportamento verrà considerato spreco.

FLÜGEL CARL (1884-1955) psicologo e psicoanalista inglese, nel 1930 pubblica il volume *The psychology of clothes* nel quale dà una lettura sociologica della moda integrando la teoria del trikle-up o bottom-up, aggiungendo che la competitività sociale non è una ragione sufficiente per spiegare in modo compiuto la diffusione della moda, ma è necessaria anche la competitività sessuale. Inoltre, l’aristocrazia della moda non è formata solo dalle classi più elevate perché la spinta al cambiamento proviene anche dalla classe media e dai gruppi socialmente influenti, la direzione della moda può quindi venire anche dal basso verso l’alto. Il suo contributo fondamentale è di avere trattato in modo completo e profondo gli aspetti psicologici della

² Veblen (1969) definiva questo “spreco” come “sciupio vistoso” della classe agiata (leisure class) cioè fatto al cospetto degli altri. Se non fosse “visto” non avrebbe senso.

moda, applicando, per la prima volta, la teoria psicanalitica al fenomeno del vestire e, attraverso queste interpretazioni, Flügel è stato in grado di prevedere l'evoluzione della moda. Lo studioso sottolinea le tre motivazioni profonde che sono alla base dell'abbigliamento cioè: la decorazione, il pudore e la protezione. L'abito risulta essere un compromesso tra impulsi inconsci in conflitto tra loro, può quindi contribuire ad aumentare l'attrazione sessuale e lo spostamento dell'erotismo dal corpo all'abbigliamento, diventando un simbolo sessuale destinato ad assumere tutti gli elementi che costituiscono gli equivalenti culturali del sesso: il potere, la ricchezza e l'autorità. Sulla base di questi presupposti, lo psicologo analizza le differenze individuali, nelle scelte di abbigliamento, considerato espressione delle diverse personalità dell'individuo e del genere. Lo studioso termina il suo libro affermando che «dobbiamo vergognarci di fare un compromesso: dobbiamo far fronte onestamente alla conclusione che il nostro principio va in direzione, non dei vestiti, ma della nudità» (1988, p. 267).

BENJAMIN WALTER (1892-1940) esponente della Scuola Critica di Francoforte, definisce la moda come un luogo di scambio dialettico tra effimero ed eterno, tra frivolezza e morte che trova un nesso tra l'attrazione per l'organico e l'inorganico, il vivere e il morire, entrambi superati attraverso la novità. «La moda va dietro a tutto, è per sua natura onnivora». L'autore esalta il carattere onnivoro e la capacità anticipatoria della moda, coglie il lato affascinante e artistico della moda stessa che è in stretto contatto con il mondo femminile predisposto per sensibilità innata ad anticipare e prevedere il cambiamento. Benjamin è l'unico filosofo che in epoca contemporanea ha intuito che si potessero anticipare nuovi codici o rivalutare quelli esistenti, veicolando così messaggi sociali. Questo aspetto positivo della moda esalta il suo carattere umano oltre che il suo lato artistico e affascinante. Come apparato di riproducibilità seriale della merce, la moda è considerata il «sex appeal dell'inorganico» (Benjamin, 1942, p. 124). Il corpo resta un supporto dell'abito che si trasforma in un involucro rappresentando il trionfo della "forma merce" entro la quale, il corpo è inteso come un feticcio inanimato. Il corpo femminile mostra il fascino di una natura devitalizzata, un semplice supporto dell'abito. Benjamin parla di strutturalismo linguistico che concepisce la moda come un sistema semiologico in parte analogo a quello studiato da de Saussure³.

BLUMER HERBERT (1900-1986) sociologo e psicologo sociale, sostiene

³ Per Rousseau gli abiti fanno parte di un vocabolario visuale, chi ha pochi vestiti esprimerà pochi messaggi.

che il meccanismo della moda non deriva dalla necessità di differenziarsi o di emulare la classe superiore, ma dal desiderio di essere alla moda di per sé e di partecipare a ciò che è desiderabile, di essere all'altezza di chi gode di prestigio. Per il sociologo le spiegazioni di Simmel e di Veblen sono riduttive e adatte solo se riferite all'abbigliamento/moda del XVII, XVIII e XIX secolo all'interno di una determinata struttura sociale e non applicabili all'epoca contemporanea. Tra i caratteri principali della moda c'è l'introduzione all'uniformità (cioè a come si deve essere), ma assicura anche continuità storica tra passato e presente (attinge al passato e si apre al futuro). La moda, inoltre, ricerca qual è la "base" su cui si formano i gusti comuni, relativi a ciò "che è moderno". Lo studioso è stato uno dei primi a criticare la teoria dello sviluppo della moda sulla base della differenza di classe, la spiegazione andrebbe, invece, ricercata proprio nel "gusto collettivo" mutevole che determinerebbe il cambiamento.

RUDOLFSKY BERNARD (1905-1988) architetto, scrittore, designer austriaco, nella pratica del viaggio Rudofsky trova lo strumento per scoprire, indagare e comprendere non solo l'architettura, ma anche i costumi di civiltà diverse. Il viaggio rappresenta l'unica possibilità di conoscenza diretta delle architetture che egli definisce "senza architetti" e quindi anonime, ma anche degli usi e costumi, dei modi di vivere che contraddistinguono popoli e civiltà diversi per identità culturale e sociale e che, all'epoca, erano un campo di studi ancora inesplorato. Importante è la mostra "Are the clothes modern?" da lui curata al MOMA nel 1944 di New York nella quale affronta la moda come un fenomeno in contrasto con i principi di un "design senza tempo" dando inizio a un controverso rapporto tra design e moda: un elaborato tentativo di teorizzazione sulla natura del fashion design. Nel 1946 al Metropolitan Museum of Art di New York fonda il Costume Institute che diventerà ufficiale nel 1959. Nel libro del 1975 *Il corpo incompiuto* analizza i miti e le convenzioni che, in diverse parti del mondo e in tempi diversi, hanno condizionato i rapporti tra l'uomo, la donna e il rispettivo modo di "apparire". Come per l'architettura non ci vuole un nuovo modo di costruire, ma un nuovo modo di vivere, così anche per l'abbigliamento.

KÖNIG RENÉ (1906-1992). Sociologo tedesco. L'idealizzazione del nuovo, del futuro e del mito del progresso sociale si sono affermati in modo contestuale, supportandosi vicendevolmente. Si è di conseguenza creato, per alcuni interpreti di questa dinamica, un legame fra la moda e i processi di democratizzazione. È König che ne *Il potere della moda* mette in evidenza che l'abito fisico e mentale è una pratica grazie alla quale si esibisce, nello stesso

tempo si cela il corpo; in tal modo si soddisfano due esigenze opposte: da una parte adornarsi, farsi notare, dall'altra coprirsi, passare inosservati. Il vestito cerca dunque di conciliare due tendenze inconciliabili, valorizzare il nostro fisico e proteggere il nostro pudore. L'abito e l'*habitus* costituiscono allo stesso tempo differenza e identità dell'essere nella sua totalità psicofisica, dove il pensare e l'immagine estetica sono inscindibili. In *Umanità in passerella* l'A. sottolinea che la moda è un fenomeno complesso che si rifà a molte discipline. Per lo studioso la moda è come una forza elementare che trasforma qualcosa della vita sociale. Solo conoscendo i modelli storici della moda si possono coglierne le radici. Le varie mode sono accomunate tra di loro, sono un fatto sociale globale: si deve considerare la moda non solo come manifestazione esteriore, ma come qualcosa che va al di là dell'esteriorità.

DORFLES GILLO (1910-2018)⁴ Il suo pensiero è stato "profetico", in un periodo storico durante il quale la bellezza, l'eleganza e la moda interessavano a pochi. Il volume *La moda della moda* (1999) ha dato una risposta articolata alle domande più ricorrenti relative alla moda, offrendo un'analisi della storia e dello "stile", fermando l'attenzione sulla moda del futuro, sulla magrezza, sul nudo, sul casual ecc. Lo studioso offre alcuni "consigli", ad esempio agli uomini che dovrebbero convincersi che è un segno di debolezza, e non di forza, il fatto di trovarsi ad aver bisogno del sostegno di simboli esterni, e che il colletto soffocante, o l'impaccio della giacca, possono essere abbandonati senza nessuna conseguenza veramente grave per la loro responsabilità o per la loro virilità. Sostiene che c'è uno spostamento della libido dal corpo ai vestiti, e afferma che il principio guida riguarda il fatto che «i vestiti devono fornire il massimo di soddisfazione in accordo con il pieno riconoscimento del principio di realtà». L'esistenza stessa del vestire ai fini del pudore e della decorazione implica che le condizioni del nostro principio guida siano soddisfatte solo parzialmente.

BARTHES RONALD (1915/1980) semiologo francese. Per Barthes la moda è il sistema di significazione per eccellenza, in grado di veicolare numerosi significati e processi sul piano del contenuto, legati all'identità personale e all'appartenenza socio culturale di ogni individuo. Il semiologo, parte dal presupposto che la moda è una curiosa entità che non può fare a meno del discorso per affermarsi. Nel 1971 elabora una teoria della moda come "discorso sociale". Nel libro *Système de la mode* scrive che «la moda si produce e si sostiene solo nel processo di trasformazione e di traduzione che dal mondo porta alla lingua e da quest'ultima porta al mondo» (1971, p. 143) Lo studio-

⁴ <https://thevision.com/cultura/gillo-dorfles/> Giovanni Tartaglia 18 ottobre del 2018.

so non si occupa della moda reale, del vestito, ma della parte descrittiva che le riviste dedicano alla sua narrazione, partendo dal presupposto che la moda non esiste se non attraverso gli apparati, le tecnologie, i sistemi comunicativi che ne costituiscono il senso. È il giornalismo specializzato che costruisce il luogo della “messa in scena” della moda, sono i media i più importanti narratori del corpo. Lo studioso effettua un parallelo tra il linguaggio e il vestito: così come il linguaggio, anche il vestito è, nello stesso tempo, sistema e storia, atto individuale e istituzione collettiva. Entrambi rappresentano strutture complete costituite da una rete funzionale di norme e di forme al cui interno, la trasformazione di un semplice elemento, può modificare tutto l’insieme.

ALBERONI FRANCESCO (1929-2023) è il primo sociologo che negli anni Sessanta ha sollevato in Italia la questione del ruolo della moda nella moderna società dei consumi. (1964). Lo studioso riprendendo il pensiero di Tarde, considera il processo di imitazione un aspetto del fenomeno moda che può essere collocato tra i comportamenti collettivi senza coinvolgere in modo forzato il singolo individuo. Non condivide il pensiero di Veblen sull’imitazione nelle mode e sostiene che la moda non è il prodotto di differenziazione/distinzione o della differenza di classe, ma la risposta al desiderio di essere al passo con i cambiamenti e di esprimere i propri gusti attraverso un modello in continua trasformazione. Per Alberoni la moda non è un fattore di mutamento, ma un processo di differenziazione all’interno del quale l’individuo non perde la propria creatività. Definisce “moda” ciò che è valido “ora e per un limitato periodo di tempo”. La moda è il “tradimento” del vecchio e quindi ha sempre un carattere distruttivo che viene, tuttavia, metabolizzato in una nuova sintesi sociale che, finché la moda si diffonde, è allo stato nascente. “Essere alla moda” significa avere successo e quindi prestigio, guadagno attraverso un processo di identificazione con quello che si considera essere un esempio, ma tutto ciò non può essere duraturo nel tempo e non implica un cambiamento di valori.

LOTMAN JURIJ (1922-1993) storico della letteratura, rivaluta il significato e il valore della semiotica della moda che giudica importante ai fini dell’interazione sociale tra chi indossa certi abiti e chi, osservandoli, ne percepisce il segno di distinzione e cerca di comprenderne il significato. L’autore riprende nei suoi scritti i caratteri di imprevedibilità, di stravaganza, di capriccio e di creatività della moda. Questi caratteri portano alla trasformazione dell’insignificante nel significante, nonché alla teatralizzazione e al travestimento continuo. Proprio per queste sue caratteristiche la moda non va capita, ma seguita.

RAGONE GERARDO (1938-2020). Esperto di consumi, di loisir e di moda della quale indaga i modi e i meccanismi della produzione e analizza le logiche che sovrintendono la comunicazione di massa e gli effetti del comportamento del consumatore. Della sua ampia attività di ricerca, vanno ricordati almeno tre filoni di studi che più di altri hanno avuto influenza sul dibattito sociologico: quello principale dedicato allo sviluppo della sociologia dei consumi, quello relativo all'analisi della stratificazione sociale e quello sulla questione dello sviluppo del Mezzogiorno. In riferimento al primo filone di ricerca, relativo alla sociologia dei consumi e dei fenomeni della moda, lo studioso ha lasciato numerosi importanti lavori, tra i quali i più rilevanti sono certamente: *Modelli di consumo e struttura sociale* (1968), *Psicologia dei consumi* (1974) e *Sociologia dei fenomeni di moda* (1976). Ha introdotto in Italia l'importante lavoro sulla moda di René König, curando la traduzione di *Il potere della moda*.

DEBRAY RÉGIS (1940-1993) descrive in generale l'ambiente dei media che caratterizzano un'epoca individuando le "tre età dello sguardo" che definisce mediasfere e che corrispondono a tre tipologie di rappresentazione e cioè: 1) logosfera, periodo legato all'oralità e alla scrittura a mano; 2) grafosfera corrispondente alla sfera del visivo ovvero l'età dell'arte; 3) la videosfera o era del visivo che vede la diffusione dei media audiovisivi con il predominio delle immagini del vivere sociale. «Ognuna di queste sfere disegna un ambito di vita e di pensiero dalle strette connessioni interne, un ecosistema della visione che provoca un orizzonte di attesa, non determinato a priori, dello sguardo. Idee negative e pratiche repressive nei confronti delle immagini. La "condanna" iconoclasta è un filo che corre lungo tutta la storia dell'umanità e attraversa diverse culture» (Marazzi, 2010). Debray parla di paradosso del rovesciamento della mentalità dominante per la quale «ciò che si vede prevale su ciò che si legge». Lo studioso porta l'esempio di Che Guevara: oggi nessuno sa che cosa ha scritto, ma tutti riconoscono la sua silhouette visiva presente in molti luoghi. La tipografia ci aiuta a vivere e a pensare, ma è la fotografia che fa sopravvivere. Questo permette di dire che si è conclusa una transazione tra grafosfera e videosfera, quest'ultima perpetua (con minori costi) il ricordo dei grandi scomparsi. Nel passaggio alla videosfera, sottolinea Debray, c'è "l'inconveniente" di modificare il senso della parola "leggenda" che significa "ciò che deve essere letto" perché il termine, oggi, comprende tutto ciò che colpisce l'occhio e sa farsi vedere. Tratta questi argomenti nel suo libro *Vita e morte dell'immagine. Una storia dello sguardo in Occidente* (2020) dove mostra il potere inasauribile dello sguardo che ha favorito la videosfera del digitale in cui ciò che

“dipende da noi” è, almeno, altrettanto numeroso di ciò che è indipendente dalla nostra volontà. Le tre “sfere” permettono al nostro “sguardo di posarsi su cose che rappresentano altre cose⁵.

CURCIO ANNA MARIA (1941-2023) nel suo libro *Sociologia della moda e del lusso* definisce la moda un fenomeno sociale, una istituzione sociologica tipica, spesso relegata in una dimensione meramente formale che soddisfa il bisogno e il desiderio di identità di ciascuno di noi, quella che spera di realizzare. La moda, pur rispondendo a una illusione transitoria, non cambia i valori portanti pur nelle sue diverse interpretazioni, proprio come è congeniale alla moda stessa. Tali caratteristiche sono: mutazione, differenziazione eterogeneità, discontinuità e identificazione nel gruppo. Nelle analisi dell'Osservatorio di moda, l'autrice si interroga sui mutamenti culturali e sociali dei quali la moda è protagonista. Nonostante la durata delle mode sia difficile da pronosticare, il modo di vestire omogeneo di ragazze e ragazzi sembra non essere previsto e quindi non trovare riscontro nelle proposte di stilisti anche famosi che seguono queste tendenze che durano per brevi, ma anche per lunghi periodi e si manifestano in diverse fasce di età della popolazione.

FIORANI ELEONORA (1941-2021), antropologa interessata allo studio dell'uomo nel suo ambiente e inteso in un'ampia prospettiva di “contaminazione” tra campi del sapere. L'aspetto che riguarda il corpo e il vestito è molto utile per comprendere le mutazioni tipiche del “moderno” nel momento attuale e del dibattito teorico sulla moda. La moda è, infatti, un osservatorio privilegiato dei mutamenti della società, sia per quanto riguarda l'aspetto dell'effimero sia per l'aspetto strutturale. Il corpo che si veste è un corpo “costruito” utile per definire la propria immagine. Fiorani ha sottolineato, in particolare il modo di abitare il corpo (*habitus*), di metterlo in scena, di dargli un significato come “luogo” privilegiato del simbolico e, quindi, di registrazione dei mutamenti sociali, che possono diventare veri e propri mutamenti antropologici.

LIPOVESTKY GILLES (1944-) è il filosofo francese che nell'ultimo secolo ha rivalutato la moda negandone la stigmatizzazione precedente. Definisce la moda un “meccanismo” sociale generale non limitato ai vestiti, ma caratterizzato da cambiamenti brevi e bizzarri che esercitano influenza sull'individuo senza indebolire la libertà di essere se stesso. Secondo lo studioso la cultura in cui viviamo è caratterizzata da due aspetti importanti: la possibilità

⁵ Dall'Introduzione di Marco Pierini: <https://magonzaeditore.it/product/regis-debray-vita-e-morte-dellimmagine/>.

per l'individuo di liberarsi dai vincoli sociali tradizionali e di sentirsi libero di esprimere la propria autonomia di scelta. La moda ricerca continuamente il nuovo, per questo deve mutare in continuazione. La legge della variabilità costituisce infatti la sua essenza fondamentale, la moda si nutre di innovazione e si caratterizza per la velocità dei suoi cicli. Lipovestky sostiene che la moda è storicamente fondata sulla rivendicazione e sulla legittimazione dell'identità personale. L'abbigliamento deriva da un futile capriccio, ma anche dalla libertà di espressione individuale. La moda non è più un lusso per pochi, è diventata il fulcro e l'immagine dell'intera società tanto da rappresentare il trionfo incontrastato dell'effimero. Si tratta di una forma di cambiamento sociale indipendente dal suo oggetto specifico ed è caratterizzata da breve durata, assume da sempre un'idea di temporalità limitata in antitesi con i tempi lunghi della tradizione. Il grande gioco della moda non è riuscire ad avere quello che hanno tutti, ma quello che hanno le persone che contano: siamo entrati in una fase di iper-narcisismo e di iper-consumo.

BOVONE LAURA (1946-), sociologa, studia il rapporto tra il fenomeno moda, l'appartenenza di genere e la costruzione del "maschile-femminile". La moda è per l'autrice uno strumento per la formazione di una identità di genere attraverso l'assunzione di pratiche interazionali e di consumo che l'individuo adotta per mettere in scena il proprio ruolo sociale. L'abito è il guscio culturale con cui copriamo il corpo, ha un ruolo importante, rappresenta un identi-kit, il corredo per l'identità ed è l'estetizzazione della vita sociale. Bovone studia gli stili di vita dei giovani per capire quale immagine di sé esprimono e il loro livello di consapevolezza, manifestato attraverso il modo di vestire. L'abbigliamento è un dialogo che offre frammenti di conversazione come la studiosa ha documentato nella sua ricerca sull'abbigliamento dei giovani milanesi e sui loro stili di vita nel suo libro *La moda della metropoli. Dove si incontrano i giovani milanesi*. La moda è sui generis, i nuovi Street style nascono dalla tendenza di mescolare le precedenti elaborazioni culturali, attingendo in modo libero al super market degli stili. La moda è un luogo espressivo prevalentemente frequentato dai teenager che sempre più orientano la produzione del mercato.

VOLLI UGO (1948-) semiologo e filosofo italiano, considera la moda una macchina estetica che fa riferimento al campo del gusto e si pone prima come norma che come fatto. La moda come forma domina la società e ha un ruolo normativo/coercitivo (pensiero condiviso con Veblen, Sombart e Sumner), costringe le persone a uniformare i propri bisogni. L'abito, da una parte avvolge il corpo, lo costringe e lo modifica, e dall'altra offre

sostegno e forma. L'abito conferisce l'apparenza sociale che la studiosa definisce "il malessere obbligatorio della moda". Gli abiti non delimitano solo la forma naturale del corpo, ma ne modificano la percezione, danno risalto, tramite i colori, le decorazioni, i ricami, i volumi che lavorano sulla forma percepita con le imbottiture, con forme aderenti e panneggi, tutti elementi che influenzano il senso della vista attraverso effetti cromatici e tattili. Gli abiti hanno la capacità di modificare realmente le forme del corpo con corsetti, allacciature, tacchi che modificano l'andatura. Si scrive sulla pelle con tatuaggi e si può modificare la struttura del corpo con l'esercizio fisico e le diete o con il ricorso alla chirurgia plastica tanto da far scrivere all'autore che non ci sono più corpi naturali anche se restano mezzi di comunicazione.

CALEFATO PATRIZIA (1955-) sociologa, sviluppa i suoi ambiti di ricerca sui linguaggi della contemporaneità, le teorie della moda e gli studi culturali. Per la studiosa la moda ha un legame indissolubile con il corpo, il corpo rivestito è l'immagine che presentiamo agli altri tramite segni che comunicano e che contengono significati. Definisce la moda come una forma di "traduzione culturale" intesa da un lato come processo fondato su espropriazioni e appropriazioni culturali avvenute nel corso dell'umanità, dall'altro come movimento di incontri, mescolanze e incroci di segni, di corpi e culture. Oggi non esiste un'unica moda ma tante, per questo la moda può essere definita un universo immaginario di possibili scelte individuali e sociali, una costruzione culturale dell'identità fisica, ma anche un punto di interazione tra abito, corpo e cultura. Per la studiosa è la categoria semantica "corpo-vestito" che ricollega i modi che rappresentano l'aspetto visibile entro il quale l'individuo realizza il suo stile di appartenenza alla comunità e alla società. Come la forma del pensiero è il linguaggio, l'abito è la forma del corpo rivestito. Per Calefato la moda può essere considerata un sistema mediatico, un mezzo di comunicazione che si riproduce nel giornalismo e negli altri media, per questo parla di "mass moda".

SEGRE REINACH SIMONA (1955-) antropologa, ridisegna i fini e i significati della moda come rappresentazione dello spirito di un'epoca, considera obsoleto l'aspetto solo commerciale della moda dominata dalla pubblicità, dai social, dagli influencer e caratterizzata dalle sue ambivalenze e dal narcisismo dei consumatori. Ritene che la moda continui attraverso le sue idee e i suoi prodotti a raccontare i cambiamenti in atto in un mondo sempre più globalizzato che sposta il suo centro di influenza dall'Europa verso Paesi terzi, una sorta di emancipazione che fa emergere nuove capitali della

moda. La moda oggi è un'industria transazionale: l'industria tessile e manifatturiera si è spostata in altre realtà geografiche, cambiano così anche le pratiche di produzione. Paesi come Cina, India, Giappone sono interessati a interagire in modo originale con la moda internazionale, ma anche a sviluppare la creatività locale. Ciò comporta in termini culturali ed economici una revisione dei canoni e delle modalità in rapida trasformazione, influenzando le convinzioni e le pratiche sul produrre abbigliamento, sul vestire, sul comunicare la moda a Est e a Ovest. Per la studiosa la moda non può più ridursi a continuare a renderci schiavi della pubblicità (in qualsiasi modo sia attuata), ma dovrebbe portarci a rivendicare l'autentica dimensione creativa e interpretativa dell'essenza di ogni epoca e della sua sensibilità.

STEELE VALERIE (1955-) storica americana, è stata definita la “Freud della moda” dal «Washington Post». È un'esperta in antropologia dei simboli e delle “trappole” del vestire. Secondo la studiosa attualmente ci sono troppi aspiranti stilisti, pochi professionisti che siano collegati con l'industria. La preparazione, specialmente nei giovani dovrebbe tener conto dell'art-direction con le molteplici sfaccettature a partire dal marketing, passando per l'archivistica, l'artigianato, la psicologia e i social. Nel suo libro *Fashion and eroticism* segue la strada che l'ideale femminile ha percorso dall'era vittoriana fino al jazz. Secondo la studiosa è necessario tener conto delle antinomie di cui vive la moda: memoria, transitorietà, sperimentazione e ripescaggi. La studiosa rafforza l'importanza di conoscere “cosa si può realmente fare” in un mondo in cui regna la telematica e nel quale si rende necessario sviluppare, insegnare, imparare qualcosa che non è ancora successo, ma sta succedendo. Secondo Steele occorre “essere visionari” e procedere alla “ricomposizione” virtuale degli abiti del passato per capire come si è arrivati ai nostri giorni: questo passaggio è reso possibile attraverso lo studio della silhouette del corpo femminile.

CODELUPPI VANNI (1958-) sociologo, sottolinea che la variabilità è l'elemento portante della moda che si sviluppa parallelamente all'evolversi della società. Per lo studioso la variabilità dipende dal fatto che essa è un fenomeno comunicativo dotato di qualità espressive con la capacità di farsi accettare e di diffondersi. È proprio la sua capacità comunicativa che determina il successo o l'insuccesso degli stilisti che per avere visibilità, oltre alla spettacolarizzazione hanno progressivamente coinvolto i mezzi di comunicazione di massa come: la stampa, la televisione, il cinema e oggi i new media (si deve all'autore il termine vetrinizzazione). Secondo l'Autore dalla fine degli anni Ottanta siamo entrati in una nuova fase detta

“meta-pubblicitaria” in cui la pubblicità tende ad avere come oggetto se stessa diventando così sempre più coinvolgente nell’utilizzare le potenzialità simboliche dell’immagine, tanto che fa sì che il marketing aziendale prenda il posto delle grandi narrazioni. È stata la comunicazione a invadere l’intero spazio sociale e a imporre la legge della variabilità in ogni ambito, a cominciare da quello della moda. Il corpo nella moda continua ad operare come uno spazio pubblico che da secoli rende possibile la circolazione di messaggi nella società.

MORA EMANUELA (1962-) La studiosa sottolinea il controverso rapporto tra cultura popolare e cultura di élite opponendosi alle opinioni più diffuse sulla mercificazione della cultura e dimostrando che è sempre più frequente la culturizzazione di qualsiasi tipo di merce. Nella società contemporanea l’affermazione della cultura popolare e delle diverse forme di creatività personale rimuovono di fatto le barriere tra cultura popolare e quella di élite tentando di capire una realtà sempre più complessa. La sociologa attribuisce alla moda una dimensione sistematica, collettiva, istituzionale che prescrive modelli e valori di conformità. L’industria della moda tende a regolare il rapporto tra contenuti materiali e immateriali dei suoi prodotti, a coinvolgere il pubblico sollecitando desideri e proponendo atteggiamenti e modelli di comportamento. Nell’epoca contemporanea dominata dai media, il processo produttivo trasforma la creatività in manufatti standardizzati offerti al consumo di un pubblico vasto e indifferenziato. Dagli anni 60 la cultura di massa mostra una natura ambivalente, da un lato propone prodotti accessibili e comprensibili da tutti, quindi superficiali nei contenuti, e dall’altro favorisce lo sviluppo di nuove forme espressive. La moda pertanto condivide con le altre industrie culturali l’ambivalenza tra standardizzazione e innovazione ed è questa ambivalenza la caratteristica di tale fenomeno che si nutre di contraddizioni⁶.

1.2 Origini dell’abbigliamento

Un primo aggancio alla nascita dell’abito viene proposto dall’Antico Testamento⁷ quando Adamo ed Eva mangiarono il “frutto dell’albero” disobbedendo all’esplicito divieto. Dopo averlo mangiato: «Si aprirono gli occhi

⁶ Molti altri studiosi di moda, italiani e stranieri, sono inclusi nel testo e si trovano citati nella bibliografia.

⁷ Uno degli ultimi studi sulla Bibbia (2016) apparso sul magazine americano «Proceedings of the National Academy Sciences» fa risalire la Bibbia prima del 586 a.C.

e tutt'e due s'avvidero che erano nudi; quindi, cucite insieme delle foglie di fico, se ne fecero delle cinture» (Genesi 3,7). Quando i nostri due progenitori furono cacciati dal Paradiso Terrestre, «il Signore Iddio fece per Adamo e per sua moglie delle tuniche di pelle e li rivestì» (Genesi 3,21).

Un altro interessante punto di partenza collegato alle “origini della moda” viene proposto da Remotti nel suo pregevole saggio su *L'enigma dell'ornamento* nel quale rilegge alcune pagine del *The Descent of Man* (1981) di Darwin⁸ condividendo con Kroeber il pensiero che la dimenticanza, da parte di molti suoi colleghi antropologi, corrisponde al distanziarsi da “una compagnia pericolosa”⁹. Il primo problema affrontato da Darwin è stato quello di collocare l'essere umano nel contesto della natura, con gli altri mammiferi o essere costretto a rilevare la peculiarità della condizione umana: l'uomo è una delle creature più prive di difese (Darwin, 1983, p. 89). Lo stato di nudità, che priva di protezione il corpo, si aggiungeva ad altre mancanze: artigli, grandi denti, forza e velocità, fiuto per il cibo o per sfuggire i pericoli di predatori. Certo, l'uomo è un mammifero che ha una maturazione lenta e, nel confronto con altri mammiferi, colpisce proprio la sua nudità (*Ibidem*). Questa caratteristica sottolinea il “carattere inerme dell'uomo” e la necessità che egli ha di ricorrere ad altre forme di protezione. Le tante mancanze non lo portano alla scomparsa ma, curiosamente, questa debolezza, assieme alla carenza di mezzi naturali, si trasforma in un grande vantaggio perché lo ha costretto a sviluppare competenze che gli hanno garantito la sopravvivenza. Remotti osserva che per Darwin esiste un nesso tra le carenze del corpo e la forza organizzativa che hanno portato l'uomo al successo anche biologico; tale forza ha fatto sì che la mancanza lo abbia portato alla conquista e alla lotta per la vita. Questa “vittoria” è dovuta, per Darwin, alla compresenza di tre fattori: 1) lo sviluppo delle facoltà intellettuali, 2) l'incidenza di costumi sociali e, 3) la particolarità della struttura fisica. L'intelligenza porta l'essere uomo a procurarsi strumenti al di fuori del corpo, a creare il linguaggio, a fabbricare armi, trappole per cacciare, procurarsi il cibo e scoprire il fuoco grazie al quale può rendere digeribili i cibi (e quindi, capacità di osservazione, memoria, curiosità e immaginazione). La socialità prende forma con la simpatia e l'amore verso i compagni, sviluppando così solidarietà e reciproco aiuto.

Per quanto riguarda gli aspetti di natura fisica l'uomo ha una mano perfetta, anche se non gli permette di arrampicarsi; ha conquistato una posizio-

⁸ Remotti F. (2011), *L'enigma dell'ornamento. Appunti su alcune pagine di “The Descent of Man” (1871)*. Vedere: https://www.uaar.it/uaar/ateo/archivio/2011_3_art1.html/.

⁹ È meglio conformarsi con la maggioranza che non allinearsi con i pochi che la pensano diversamente!

ne eretta e unico tra i primati, l'uomo è bipede¹⁰. La posizione eretta libera le mani dalla locomozione consentendo la manipolazione, l'interazione e il mutuo rinforzo, inoltre assegna alla vista una essenziale funzione¹¹. Braccia e mani libere, assieme all'intelligenza, hanno garantito la sua posizione di dominio. Ed ecco il paradosso dell'essere umano: un animale debole e indifeso che decreta il suo dominio sul mondo. Come osserva Merleau-Ponty (1989) noi siamo oggetti attivi della percezione, tanto che possiamo astrarre le nostre azioni e i nostri pensieri dal contesto in cui ci troviamo a vivere; contesto sempre più prodotto e plasmato dalla cultura e dalla società in cui viviamo. I nostri sensi sono quindi i fondamenti della nostra individualità psicologica e insieme strumenti per aprirci al mondo e dialogare con esso (Marazzi, 2012, p. 23). Man mano che l'uomo è riuscito a controllare le proprie azioni, le ha sostituite al dominio degli istinti, aumentando, in tal modo l'ampiezza del campo d'intervento dei sensi e delle loro risposte ai nuovi stimoli. Si è spesso equivocato su ciò che sarebbe andato perduto abbandonando lo stato di natura, ma ciò che andava perduto sarebbe stato riacquisito. La pelle nuda, ancora una volta, può esserci utile, proprio in quanto può essere abbinata da un lato al carattere carente dell'essere umano, e dall'altro al tema dell'ornamento e della bellezza. La nudità suggerisce che le due tematiche, entrambe darwiniane, non sono del tutto separate e divergenti. Anzi, la mancanza (di copertura della pelle) dell'uomo può essere collegata all'esigenza della bellezza, se si considera un tema (certamente estraneo al paradigma darwiniano), quello secondo il quale, proprio a causa delle sue carenze, l'essere umano abbia dovuto "costruirsi" culturalmente (Remotti 2011, cap. II).

L'odorato, che è stato il principale senso dell'uomo primitivo, ha lasciato il primato alla vista. Gould (2015, p. 202), osserva che Freud ha attribuito alla posizione eretta il vantaggio che la vista ha avuto rispetto all'olfatto. Questo nuovo ordine ha portato alla svalutazione della fonte dell'eccitazione che si è spostata dall'odorato alla vista e ha portato gli uomini ad essere sempre sessualmente attivi. Il processo di incivilimento realizzatosi in seguito all'assunzione della posizione verticale, ha liberato le mani dalla locomozione consentendo la manipolazione, l'interazione e il mutuo rinforzo. Tutto è partito dal rapido cambiamento della postura.

¹⁰ La postura eretta o verticalizzata, secondo Freud sembra l'inizio del processo ineluttabile della civilizzazione.

¹¹ L'importante ritrovamento, in Etiopia, nel 1974, dell'australopiteco Lucy, unico ominide mai ritrovato è stato fondamentale anche se non risolutivo, per disegnare l'evoluzione della nostra specie. Si tratta dello scheletro più completo di un antenato umano antico di oltre 3,2 milioni di anni: ben 52 ossa, mancano solo le estremità inferiori, ma le ossa delle gambe e del bacino dimostrano che la posizione eretta era già acquisita e che era una femmina.

Per Darwin “cultura” è un’espressione antropologica in quanto indica attività e sviluppi non biologici dell’attività umana. Nelle argomentazioni di Darwin relative alle caratteristiche degli esseri umani emerge il paradosso che fa della loro scarsità un vantaggio. Il linguaggio è peculiare dell’uomo, non è un istinto, deve essere appreso. Decorando con pitture il proprio corpo, gli esseri umani manifestano l’immaginazione più fertile e il capriccio più mutevole, tanto quanto nel vestirlo di indumenti (o con i tatuaggi, le scarificazioni, le modifiche del cranio, le elaborate acconciature dei capelli e altre pratiche corporali per le quali si sopportano dolori e mutilazioni). Il concetto di bellezza è molto diverso da una cultura all’altra: diventa un’esigenza ineludibile del modellare. Se l’essere umano non può sottrarsi all’esigenza del modellamento, non può nemmeno sottrarsi alla ricerca della bellezza, comunque venga intesa: essa è da inventare e da decidere, proprio come lo sono i modelli di umanità.

La strada verso la “civilizzazione” dell’uomo è stata lunghissima e non è ancora terminata, tuttavia sembra opportuno riconsiderare la definizione che Tylor (1985) ha dato di cultura e cioè: «La cultura, o civiltà, intesa nel suo ampio senso etnografico, è quell’insieme complesso che include la conoscenza, le credenze, l’arte, la morale, il diritto, il costume e qualsiasi altra capacità e abitudine acquisita dall’uomo come membro di una società»¹².

Gould (1977) controbatte le controversie sorte negli ultimi cinquant’anni¹³ sulle teorie di Darwin relative alla selezione naturale, osservando che possono essere formulate ipotesi assurde e comunque non definitive, basate sulle variazioni genetiche, che hanno ben poco a che fare proprio con quei comportamenti che oggi sono enfaticamente citati come esempi (p. 268, ed. 2015). Gould concorda sullo «spirito pluralistico del lavoro di Darwin», spera che

estenda la sua influenza in altre aree di pensiero evoluzionistico [...]. Personalmente il mio bersaglio preferito è la fede in lenti e regolari cambiamenti evolutivi. La selezione non ci dice nulla a proposito dei ritmi dell’evoluzione, che può comprendere cambiamenti rapidi [...] comunque, trasformazioni che non siamo in grado di misurare (p. 269) [...]. Il cambiamento può avere una direzione o

¹² Antropologi come Frazer (1950), Kroeber (1940, 1974) e Huizinga (1949), psicologi come Flügel (1988), sociologi come Argyle (1982) e Descamps (1981) e filosofi come Cassirer (1986) e Simmel (1977, 1985), hanno affrontato, in ambiti diversi, il tema dell’origine dell’abbigliamento, attribuendo a quest’ultimo, a seconda dei casi, una funzione prevalentemente estetica, magica, di richiamo sessuale e di differenziazione sociale. Coprire e scoprire la nudità è un guardare ed essere guardati, è una pulsione sessuale: per Freud dietro a ogni divieto ci deve essere un intenso desiderio.

¹³ La prima edizione del suo libro *Ever since Darwin. Reflections on Natural History* è del 1977 (tradotta in italiano nel 2015).

essere senza scopo, essere graduale o cataclismatico, selettivo o naturale [...]. La visione di Darwin era pluralistica e accomodante. (*Ivi*, p. 265)

Secondo Bocchi e Ceruti (1993) le forme della conoscenza umana sono profondamente radicate nella storia evolutiva del cosmo. L'esperienza dell'incompletezza di ogni punto di vista, la contingenza, la singolarità e l'imprevedibilità di ogni punto di vista sono condizioni indispensabili per avere accesso al mondo, per dialogare con altri punti di vista, per creare nuovi mondi (*Ivi*, p. 12)¹⁴. Ogni conoscenza del cosmo non può che prendere corpo, ed essere il corpo, di una particolare comunità di creature viventi, di una particolare biologia, di un ecosistema planetario o di un sistema solare. Tutte le storie hanno qualcosa da dirci sull'universo. Schliemann iniziò gli scavi di Micene nel 1876, disseppellì il tesoro di Priamo dalla collina turca di Hissarlik; la collina fu sezionata tramite enormi trincee, rivelando i resti sovrapposti di sette insediamenti diversi. Dagli scavi emersero le rovine della città omerica in cui venne trovato il cosiddetto "tesoro di Priamo" che si compone di più di 200 oggetti d'oro, databili alla prima età del Bronzo. In quel sito archeologico, nel 1952 l'architetto inglese Michael Ventris decifrò la Lineare B che è un sistema di scrittura a carattere sillabico utilizzato dai Micenei per scrivere la loro lingua che è risultata essere una forma arcaica dell'antica lingua greca.

«L'uomo non ha mai lasciato alle spalle l'oceano delle storie» al quale fanno riferimento Bocchi e Ceruti (1993), al contrario, «siamo in piena navigazione». «Non è necessario volgere la rotta per uscirne, in cerca della terraferma, di una verità astratta, purificata dai contesti, dai tempi, dai luoghi, dagli individui. L'umanità non appare più in un'età di vecchiaia avanzata, ma di gioventù o forse ancora di infanzia» (*Ivi*, p. 306). Secondo Ceruti (1996) «La corrispondenza tra le forme di conoscenza di volta in volta elaborate dall'umanità e l'universo in cui abita non può sottrarsi all'impronta della storia» (*Ivi*, p. 419).

La corrispondenza tra teoria e universo, tuttavia ci fa capire come le varie forme di conoscenza elaborate dall'umanità nei tempi e nei luoghi della sua storia, non

¹⁴ Nella memoria della società occidentale è rimasto il momento dello scardinamento dell'asse del mondo (fu il momento in cui il sole nell'equinozio di primavera si separò dal segno dei Gemelli poco prima del 4000 a.C.) (Bocchi, Ceruti, 1993, pp. 19-20). La memoria di questo evento è universalmente conservata nei miti di popoli lontani tra loro (Africa, America settentrionale, Grecia). I dati biologici disponibili dai ritrovamenti paleontologici alla constatazione empirica della possibilità di incroci tra tutte le razze umane, hanno confermato l'idea dell'unità della morfogenesi biologica della specie umana. Tutti gli esseri umani che attualmente popolano la Terra discenderebbero da un piccolissimo numero di antenati, forse da una sola coppia vissuta in Africa 200.000 anni fa (*Ivi*, 1993, p. 51).

siano affatto arbitrarie. Sono vincolate e condizionate dai molteplici e multiformi ambienti nei quali le popolazioni e la specie umana si trovano a esistere e portano il segno di molti tratti salienti di tutti questi ambienti, da una società locale all'universo nel suo complesso. Le interazioni tra la conoscenza umana e i suoi ambienti, non si interrompono mai, non vi è mai distruzione e ricostruzione totale del sapere e delle conoscenze [...]. Si assiste invece a una continua opera di bricolage fra schemi, temi, modelli, valori, paradigmi di diversa origine, di diversa portata e di diversa natura. Gli esiti di questo bricolage sono sempre incerti possono essere buoni o disastrosi e non sempre risolvono i problemi. [...] L'immagine della conoscenza della specie umana nel suo complesso non è additiva, ma piuttosto moltiplicativa... (Ivi, p. 420).

È importante collegare a questo tipo di studi anche un altro evento, verificatosi all'inizio del XX secolo, da attribuire all'egittologo William Flinders Petrie (1853-1942) che sviluppò il concetto di seriazione che permise una datazione precisa degli oggetti ben prima che fossero disponibili i moderni metodi basati sugli isotopi radioattivi, i quali, peraltro, hanno confermato la cronologia indicata da Petrie. Egli fu anche un pioniere nella catalogazione minuziosa dei reperti, anche di quelli tradizionalmente ritenuti poco rilevanti. A metà del XX secolo grazie allo sviluppo stratigrafico del metodo della seriazione della survey è stato possibile collocare le varie tipologie formali riscontrate nei differenti contesti arenili definiti "quadri spazio-temporali". L'archeologia in poco tempo riesce a ordinare cronologicamente la maggior parte dei siti e delle culture preistoriche e a procedere all'elaborazione di ampie sintesi regionali¹⁵. Questo metodo prende

¹⁵ Con il termine "seriazione (senation)" si definisce l'insieme di tecniche utilizzate per ordinare, secondo una sequenza di cronologia relativa che riguarda per primo una serie di complessi archeologici, cioè le cosiddette "unità di seriazione". L'applicazione di queste tecniche è utile nei casi in cui non si hanno a disposizione elementi che possano offrire una sicura datazione del contesto preso in esame. Pertanto, la scelta delle unità di seriazione e delle variabili che le descrivono deve essere svolta in maniera molto accurata; «in primo luogo, infatti, tali unità devono provenire da una singola località o area archeologica e devono appartenere alla medesima tradizione culturale; in secondo luogo, gli attributi scelti per la caratterizzazione delle unità di seriazione devono risultare culturalmente, ma soprattutto cronologicamente significativi». In secondo luogo tale metodo si basa su due concetti fondamentali: «un determinato tipo di oggetti appare esclusivamente nell'ambito di un periodo di tempo continuato; il numero di oggetti relativo al tipo preso in esame segue, dal momento della sua apparizione fino al suo definitivo abbandono, una curva a campana unimodale, che ne rappresenta la nascita, la crescita, il raggiungimento dell'apice di diffusione, il calo e la successiva scomparsa». Il terzo punto riguarda il fatto che per realizzare una seriazione cronologica si deve innanzitutto creare una matrice di individui/variabili, cioè una tabella, in cui le righe riportano i complessi da seriare (ad esempio, un insieme di sepolture) e le colonne le variabili che li descrivono (ad esempio, gli oggetti del corredo). Le tabelle possono essere di due tipi; nella "tabella delle percentuali" gli elementi attestati sono indicati da numeri percentuali, mentre nella "tabella presenza/assenza" gli elementi attestati sono indicati solo dalla loro presenza o assenza (rispettivamente 1 e 0). La seriazione di frequenza viene effet-

in considerazione solo la presenza/assenza dei tipi e non tiene conto della loro quantità, inoltre, identifica come fasi distinte anche aspetti particolari di una medesima fase di vita (ad esempio, in una necropoli, la differenza tra i corredi maschili e femminili). Attraverso la misurazione delle variazioni nei rapporti proporzionali di comparsa di determinate tipologie nell'ipotesi che esse si diffondano gradualmente, raggiungendo una diffusione massima per poi scomparire. Si tratta di un metodo per ordinare gli oggetti, i contesti, i siti secondo una sequenza lineare sulla base del grado di somiglianza tra i vari elementi presenti all'interno della sequenza. L'ordine seriale con cui si dispongono le associazioni di manufatti viene assunto come indicazione della loro cronologia relativa di presenza/assenza ed evoluzione di determinati prodotti all'interno di un contesto descrivendone l'evoluzione¹⁶.

Anche Kroeber ha contribuito allo sviluppo di questo metodo nel 1916, quando lo usò per misurare il "passare del tempo": una specie di cronometro che misurava il "volo della freccia del tempo" con tipi di artefatti che cambiavano le loro frequenze relative in modo uniforme su ciò che sembrava indicare, sulla base di altre prove, il passaggio lineare del tempo. Kroeber, interessato ai cicli dei fenomeni culturali, scelse un metodo ora completato dall'analisi delle serie temporali, che è stato implementato tracciando le medie di diverse dimensioni metriche di un tipo di manufatti rispetto alla loro età nota. Dalle medie ricorrenti si poteva concludere che i fenomeni culturali attraversavano ciclicamente il tempo. Lo studioso analizzando le medie ricorrenti riuscì a capire che i fenomeni culturali seguivano un ciclo temporale. L'analisi delle serie temporali implementate da questo studioso comprendono differenze significative nelle unità utilizzate, nei loro protocolli e nei loro obiettivi analitici.

Un capo di abbigliamento ritrovato in una tomba, rappresenta in parte la moda dell'Antico Egitto. Risale a un periodo che va dai 5.100 ed i 5.500 anni fa e viene considerato il vestito più antico fino ad ora mai ritrovato¹⁷.

tuata sulla cultura materiale (ad esempio artefatti, classi, modi e il loro attributo) varia quindi la modellazione (Deetz, 1967; Dethlefsen e Deetz, 1966; Lyman e Harpol, 2002).

¹⁶ Sebbene tale metodo sia in uso da oltre 100 anni, continua ad essere prezioso nell'analisi delle immagini ad esempio di arte rupestre (Corrigan, 1994), le figure umane sono rappresentate per un totale di 64 volte vestite: 43 con collo a V-neek, tre forme rettangolari, 11 forme a clessidra, 7 figure non classificate perché oscurate da scudi o da applicazioni di stoffa. Questi conteggi sono stati convertiti in percentuali per riflettere le frequenze relative tra gli esempi come richiesto dalla seriazione di frequenza per i tipi di figure umane.

¹⁷ Nel 1913 fu estratto un mucchio di lino da una tomba della Prima Dinastia (2800 a.C. circa). Fu solo nel 1977, quando questo mucchio di lino fu ripulito dal Textile Conservation Workshop del Victoria and Albert Museum, che l'abito fu scoperto. È stato poi conservato, cucito su Crepeline (un materiale di seta pregiato utilizzato nella conservazione dei tessuti) e montato in modo che potesse essere visto come veniva indossato nella vita. È uno degli

L'indumento è noto come *Tarkhan dress*, dal nome della necropoli egiziana in cui è stato trovato. Doveva essere un abito di alta moda nel periodo in cui, per la prima volta, Alto e Basso Egitto venivano riuniti in un'unica corona. Si tratta di una sorta di camicia di colore chiaro, in lino, che, all'origine, doveva arrivare fin sotto le ginocchia, realizzata, con notevole maestria, da un artigiano di corte. Non era un ornamento di una sepoltura, ma un oggetto di uso quotidiano. Le dimensioni permettono di ipotizzare che appartenesse a un adolescente oppure a una donna dalla corporatura snella¹⁸ (Landi, Hall, 1979).

Oggi è possibile ammirare anche in Italia nel Museo Egizio di Torino l'eleganza degli abiti, delle acconciature, dei copricapi in uso nell'Antico Egitto. Gli scienziati non sono mai stati d'accordo su quando gli esseri umani abbiano iniziato a indossare abiti, le tempistiche suggerite da vari esperti variano notevolmente, da 40.000 a ben 3 milioni di anni fa¹⁹. Resta pur tuttavia confermata nel tempo lungo dell'evoluzione umana la propensione a migliorare sia la protezione che l'abbigliamento garantisce che la decorazione delle vesti e del corpo con una valenza estetica.

indumenti tessuti più antichi dell'Egitto. L'abito presenta evidenti segni di plissettatura attorno al collo e sulle maniche. Rosalind Hall, che ha ri-esposto l'indumento, commenta che: «L'indumento era stato chiaramente indossato in vita, perché è stato trovato al rovescio, come avrebbe potuto benissimo essere dopo essere stato tirato sopra la testa con evidenti segni di sgualcitura ai gomiti e sotto le ascelle». Vedere al link: <https://www.ucl.ac.uk/culture/petrie-museum/tarkhan-dress>. Vedere anche il link: <https://www.archeome.it/archeologia-moda-antico-egitto-meraviglioso-ritrovamento/>.

¹⁸ Si hanno scarse informazioni sull'abbigliamento perché tali informazioni provengono dalle rappresentazioni di abiti che si vedono su alcune figure umane e dall'interpretazione di insiemi di oggetti ornamentali trovati nelle sepolture e che sembra dovessero essere fissati sulle vesti indossate. Nelle quattro sepolture di Sungir' (Russia), datate tra 25.000 e 22.000 anni fa, numerose file di dischetti d'avorio (ben 3500 nella sepoltura maschile) poggiano sugli scheletri, suggerendo che i cadaveri fossero stati sepolti con manti decorati. Nella Grotta del Gabillou (Dordogna) l'incisione nota come *La Femme à l'Anorak* ("Donna con la giacca a vento") rappresenta una figura femminile abbigliata con uno spesso mantello munito di cappuccio che la copre interamente, tranne il viso. Le figure maschili epigravettiane incise nella Grotta dell'Addaura (Sicilia) portano invece cappucci e astucci penici fissati con piccole funi. Su questo argomento vedere anche Ehrenberg (1995), *La donna nella preistoria* e D'Andrea A. (2006) al link: https://www.treccani.it/enciclopedia/il-paleolitico-superiore_%28Il-Mondo-dell%27Archeologia%29/.

¹⁹ Anche i pidocchi hanno aiutato a capire da quanto tempo l'umanità usa i vestiti. Infatti, l'uso di indumenti comporta la possibilità di essere attaccati dai questi parassiti. Per datarne l'origine, gli scienziati Kittler, Kaiser, Stoneking (2003) hanno utilizzato l'approccio dell'orologio molecolare. Sono state eseguite analisi dei DNA dei campioni e i risultati indicano che i pidocchi hanno avuto origine non più di 72.000 +/- 42.000 anni fa; le sequenze del mtDNA indicano anche un'espansione demografica dei pidocchi correlata alla diffusione degli esseri umani moderni fuori dall'Africa. Questi risultati suggeriscono che l'abbigliamento è stato un'innovazione "sorprendentemente" recente nell'evoluzione umana.