ELLE ITALIA

elle.it

Weekly®

Speciale accessori

HIT LIST di STAGIONE

Reportage

DAI CONFINI DELL'UCRAINA

di Mario Calabresi

A TU PER TU CON...

DAKOTA JOHNSON

CHARLIZE THERON

MAGGIE GYLLENHAAL

EMILIA JONES

Carriere fluide

I MILLE LAVORI DI UNA TRENTENNE "TUTTOFARE"

Ciao MASCHIO!

IL NUOVO GUARDAROBA DI UN UOMO

ANNA DE RIJK

N. 10 - 26/03/2022 SETTIMANALE

Ciao MASCHIO!

Non c'è mai stato un momento più eccitante di oggi per godersi la forza cangiante del **guardaroba di un uomo:** tema solo apparentemente frivolo, al quale il Victoria and Albert Museum di Londra dedica una mostra. Che parla di moda, ma anche di potere e creatività, conformismo e rivoluzione

di ELISABETTA MURITTI

Harry Styles in un'immagine della campagna Gucci Men's Tailoring Pre-Fall 2019 ambientata a Villa Lante, vicino a Viterbo.

COURTESY OF GUCCI

L'esibizione spudorata dei corpi. L'emotività a mille. La libertà di scelte e opportunità, non solo sessuali. La gioia di pescare a piene mani nelle generazioni, nelle tradizioni, nelle culture, nelle discriminazioni. Nei passati e nei futuri. Sì, Mahmood e Blanco, vestiti Valentino, Prada e Burberry, romanticissimi ed eroticissimi mentre cantano sul palco di Sanremo un amore che mozza il fiato, sì, loro sarebbero un punto di partenza, tutto italiano, per assaporare la mostra al Victoria and Albert Museum di Londra (19 marzo – 6 novembre, partnership con Gucci Sainsbury Gallery) intitolata *Fashioning masculinities: The art of menswear.* Ovvero, traducendo a braccio: la moda maschile, se ha superato puro business e mera funzionalità, ha sempre saputo modellare e rimodellare l'idea di mascolinità. Le tante idee di mascolinità. Ce lo dicono meglio Claire Wilcox e Rosalind McKever, le co-curatrici (con Marta Franceschini, ricercatrice attenta alle relazioni tra patrimonio, identità nazionali e di genere e moda), quando specificano all'unisono che per loro non c'è mai stato un momento più eccitante di oggi per capire, e godersi, la forza cangiante del guardaroba di un uomo, nella sua altalena tra conformismo e rivoluzione, potere e creatività. E pensare che ci avevano insegnato a misurare gli umori della società in base alla lunghezza dell'orlo delle gonne delle donne e al loro consumo pro-capite di rossetti scarlatti. Mah.

E intanto, solo per elencare, al V&A si va dal tripudio di ermellini e broccati biondi e argento che protegge le spalle del principe Alessandro Farnese, dipinto da Sofonisba Anguissola nella seconda metà del Cinquecento, al kilt con cui lo stilista nero anglo-caraibico Nicholas Daley ricorda con tenerezza il sangue scozzese di sua madre. Le tre curatrici hanno infatti allineato in altrettante sezioni (*Undressed*, *Overdressed*, *Redressed*) un centinaio tra look e opere d'arte e parecchie provocazioni,

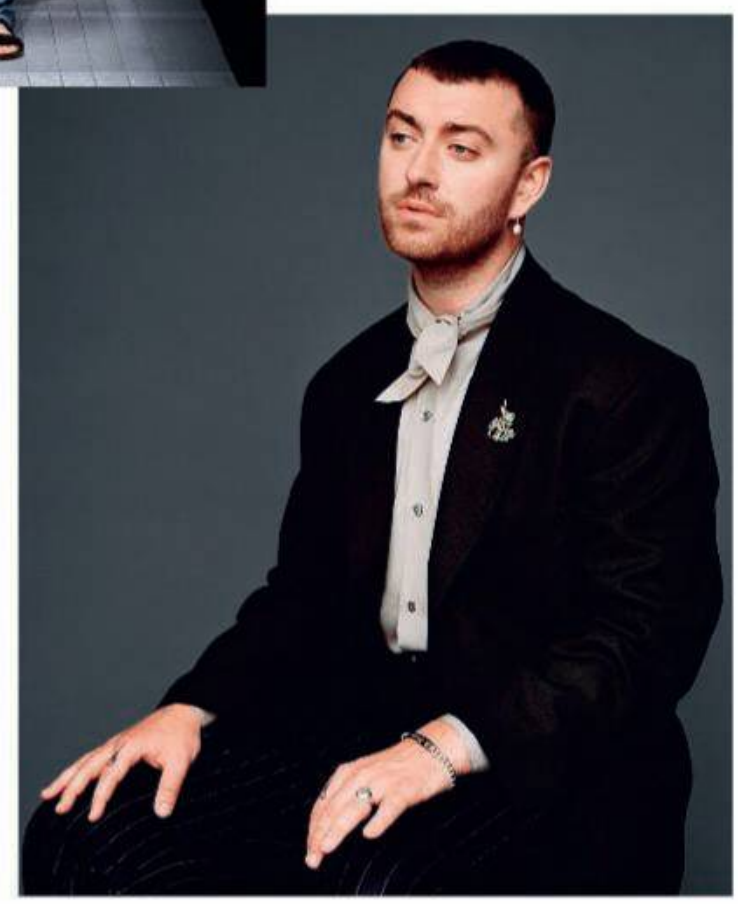
di cui, non a caso, ci colpisce più la dolce ironia che la rabbia. Come la serie fotografica *Arrested movement*, di Anthony Patrick Manieri, dedicata all'orgoglio del corpo del vecchio, giovane, sano, disabile, bianco, nero, magro, grasso... O, comica e deliziosa, la performance di danza maschile della compagnia New Adventures del coreografo Matthew Bourne, *Spitfire*, con l'ottocentesco *pas de quatre* assimilato a una pubblicità di underwear maschile. Le mutande al posto del tutù, le canotte bianche all'italiana al posto del body di tulle...

«Decisamente un altro maschile», sorride Linda Gobbi, sociologa, co-fondatrice e partner dell'istituto Future Concept Lab di Milano. Precisa: «Un maschile che ha un substrato di libertà sociodemografica: il calo progressivo delle nascite ha portato gli adulti a investire nel figlio unico, principe della casa, e ad abbandonare gli stereotipi novecenteschi legati al colore rosa. Il rosa, quando nascevano tanti bambini, era un'icona differenziante, oggi non è più neanche trasgressivo, è espressivo. E poi ci sono i social, che rendono autori tutti quanti, all'insegna di una pratica totalmente autonoma. E i videogiochi, che costruiscono altri paradigmi. E poi la danza, che grazie a TikTok non è più solo attività fisica, è soprattutto creatività personale». Gobbi continua: «La creatività dei social e dei talent ha fatto cadere gli stereotipi di vecchia data. Ma attenzione: quest'espressività creativa del singolo non è *genderless*, è un'affermazione *genderfree*. È una rappresentazione al di là del genere, che non ha niente a che vedere con l'unisex di una volta e rivendica la libertà di attingere all'arte e alla moda. Come se fosse un nuovo Sessantotto. Meglio: un Sessantotto al contrario».

Occorre riflettere. Gobbi scende nei dettagli: «Le donne hanno sempre patito costrizioni, corsetti, vitini di vespa, ferretti dei reggiseni, tacchi, mentre agli uomini, forse perché sempre issati sul palco del potere, sono stati storicamente e paradossalmente concessi più libertà e molti leziosissimi dettagli fashion. Pensiamo alla cipria. Ed ecco che, a partire dalla fine degli anni Novanta i giovani riacquisiscono questa libertà di intervenire sul corpo maschile. Ragionando ancora di balletto, Roberto Bolle prende il posto di Billy Elliot! La generazione Erasmus dribbla il simbolismo della praticità e l'utilitarismo

© VICTORIA AND ALBERT MUSEUM, LONDON; GIOVANNI CORABI/COURTESY HARRIS REED; © THE NATIONAL GALLERY OF IRELAND; COURTESY MAGNIN-A GALLERY, PARIS, © OMAR VICTOR DIOP; COURTESY OF GUCCI, © ALASDAIR MCLELLAN

Da sinistra in senso orario. Un look creato da Alessandro Michele per l'A/I 2015 di Gucci. Sam Smith fotografato da Alasdair McLellan, 2020. Un completo maschile americano con tight e cilindro di metà Ottocento. *Jean-Baptiste Belley*, stampa di Omar Victor Diop, 2014. Nella pagina a lato, da sinistra. Alessandro Farnese nel ritratto cinquecentesco di Sofonisba Anguissola. Un completo romantico di raso rosa-malva firmato Harris Reed. Il *Ritratto di Charles Coote* dipinto da Joshua Reynolds nel 1773 (sopra) e *L'età del bronzo di* Auguste Rodin, 1877 (sotto).



"FINO AGLI ANNI '80 E ALL'AVVENTO DEGLI STILISTI, L'UOMO SI È VESTITO IN GIACCA E CRAVATTA"

della grisaglia; e, grazie al lato buono della globalizzazione, spalanca un mondo nuovo. Certo, qualcosa si era già mosso prima, è stata proprio l'evoluzione del modello maschile ad aprire la gabbia a metà Novecento, denunciando la tirannia della cravatta figlia della rivoluzione industriale». Un po' quello che pensa anche Simona Segre Reinach, antropologa della moda, docente al Dipartimento delle arti dell'Università di Bologna: «A partire dalla rivoluzione industriale si è parlato di "grande rinuncia maschile" all'abito, alludendo, rispetto all'estrosità settecentesca, alla formazione di una divisa borghese omogenea. Oggi questa rinuncia è stata ridimensionata da molti studiosi, ma è pur vero che fino agli anni Sessanta (*la rivoluzione del pavone, l'aveva chiamata Anna Piaggi*, ndr), e soprattutto fino agli Ottanta, segnati dall'avvento degli stilisti, l'uomo ha più meno vestito il completo con la cravatta. L'abito borghese. Più casual nel tempo libero, occasione di maggiore sperimentazione. Negli ultimi anni, invece, assistiamo a una grande espressività della moda maschile. Forse sarebbe più corretto dire della moda *genderfluid* – quindi di capi adatti sia a uomini che a donne». Continua Segre-Reinach: «L'abito del potere maschile, cioè il completo occidentale, è stato adottato in molte latitudini, sostituendosi ai modi di vestire locali. Tuttavia, questo è avvenuto fino agli anni Settanta/Ottanta: e con alcune eccezioni, vedi per esempio Nelson Mandela e prima di lui Gandhi. Ora invece prevale un mix di stili e di tradizioni tessili, inserite e declinate secondo il sistema globalizzato della moda».

Già, le ricadute buone della mondializzazione. In cui vivono e convivono il dandysmo attivista, capace di ribaltare con eleganza l'appropriazione culturale, sprigionato dalle foto del senegalese Omar Victor Diop. E le worker jacket, ripensamento di un proletariato virile che non esiste più, realizzate con materiali made in Italy da Craig Green, che il *New York Times* ha qualche anno fa definito come l'ultimo bambino prodigio entrato nel sistema moda. E poi, i calchi di gesso dell'Apollo del Belvedere e dell'Ermes Farnese, ideali classici europei di mascolinità, mescolati agli abiti di Grace Wales Bonner, stilista di un menswear paladino di un

Al centro. Un look della collezione The *Flower Boy* di Orange Culture, A/I 2020. Da sinistra in alto in senso orario. L'orgoglio del corpo maschile in una foto di nudo di Anthony Patrick Manieri, 2016. La performance di danza *Spitfire* della compagnia New Adventures. Un outfit dello stilista anglo-bangladese Rahemur Rahman. La P/E 2021 di Craig Green. Reminiscenze scozzesi in un look dell'anglo-caraibico Nicholas Daley, A/I 2017.

multiculturalismo sensibile, dove trovano posto tematiche di razza, sessualità e identità.

Insomma, come dicono le curatrici Wilcox e McKever, un'indagine nel tempo e nei generi, alla ricerca di un'espressione sartoriale della mascolinità che prescinda dalla logica binaria. Al V&A si omaggia così «il ritorno di un colore virile» (Gobbi sorriderebbe...), sospeso tra il fucsia e il rosa glassato. Nel Settecento sir Joshua Reynolds lo spennellava sul mantello e sui pompon delle babbucce, emblemi dell'Ordine di Bath, di Charles Coote, primo conte di Bellamont. Ai Golden Globes del 2019 il mantello rosa (by Randi Rahm) lo ha sfoggiato Billy Porter, l'attore che di lì a non molto avrebbe interpretato la fata non-binary del film *Cinderella* di Kay Cannon. E rosa-malva è pure il completo di raso e pizzi dello stilista 25enne Harris Reed, conturbante Tadzio neoviscontiano e, parole sue, araldo del *Romanticism gone nonbinary*.

Reed è uno dei volti della fragranza universale Gucci Mémoire d'une Odeur. In un'intervista ha parlato dei ricordi che lo hanno fatto sentire amato, sicuro, protetto, ed è riandato a quand'era bambino, in auto con suo padre sulla Mullholland Drive di Los Angeles, con la nebbia che avvolgeva le colline. Il che ci porta a pensare a come, curiosamente, la data d'inizio di *Fashioning masculinities* coincida con la festa del papà nei Paesi di area cattolica. Annalisa Pistuddi, psicoterapeuta e psicoanalista, non si scompone: «Normale che eventi come questa mostra suscitino in noi qualcosa di antico, ci riportino alle nostre infanzie, alle immagini che avevamo dei nostri genitori, e che ci inducano a paragoni tra ieri e oggi. Ci chiediamo: "Ma che cosa è successo? Non è mica che questi maschi siano meno maschi di quelli di allora? O che magari, invece, siano più umani?". La realtà è che ognuno di noi cerca sempre qualcuno che gli sia più vicino emotivamente. E questo gli stilisti migliori, i più veloci, lo hanno capito da tempo: loro non confondono le sessualità, semmai avvicinano le emozioni del mondo femminile e di quello maschile». Vero. Ma allora Pistuddi dovrebbe chiarirci che cosa sono, per lei, mascolinità, virilità e paternità. «Difficile! Comincio da quest'ultima. La mamma è la prima persona con cui il neonato interagisce. Ma non appena il piccolo capisce che c'è un mondo là "fuori", ecco che vede il papà. A cui si rivolge senza capire se è maschio o femmina. E che cerca, ripetendone le emozioni. Il padre può essere più protettivo della madre, è più grande, e la sua fisicità ha un senso che resta per tutta la vita del figlio. La virilità parla di come una persona si pone, di come esalta o meno i propri tratti di genere. Ha a che fare non solo con il sesso, ma anche con il desiderio. Nella mascolinità, invece, confluiscono le caratteristiche dell'uomo, muscoli, barba. Caratteristiche, attenzione, caratteriali e morfologiche, che la persona può modificare con abiti e trucchi». Sì, adesso lo sappiamo bene...

AMY GWATKIN; © ANTHONY PATRICK MANIERI; KAASAM AZIZ; MIKEY OSHAI, COURTESY OF ADEBAYO OKE-LAWAL, © ORANGE CULTURE; DANIELE FUMO, COURTESY RAHEMUR RAHMAN; MANIKIT AU-YEUNG