

Tendenze
ROSELINA SALEMI
MILANO

Il gusto E' stata un'epoca segnata da un'eccezionale miscela di eleganza, semplicità e funzionalità

Il successo Non è puro piacere «retro» ma una reazione alla crisi moderna: «Dobbiamo ritrovare l'energia di allora»

Voglia di Anni Cinquanta

Dal cinema alle pettinature, dagli oggetti quotidiani alle musiche: il passato torna con glamour

Come nella pubblicità, indovinatissima, di Fox Retro («Erano avanti») che ripropone gloriose serie televisive tipo «Happy days», cioè gli Anni Cinquanta, visti dagli Anni Settanta, che ci piaccia o no, siamo destinati a un autunno-inverno di ritorno al passato. Non è il solito revival, è proprio una macchina del tempo che si è messa in moto e corre, indietro tutta. L'esordio di «Quelli che il calcio», appuntamento pop della domenica pomeriggio, è stato un trionfo dello stile Anni Cinquanta, sigla, costumi, e acconciature con le onde (Simona Ventura se ne è concessa una) che, più di ogni altra cosa, segnano l'atmosfera. Lo sa bene Massimo Serini, indispensabile hairstylist, che ha pettinato Javier Bardem per la prima italiana di «Mangia Prega Ama», e lo ha trovato molto attento alla tendenza. «Gli ho fatto un ciuffo un po' alla James Dean», racconta, «sembra uscito da un libro sulla Hollywood dei tempi d'oro». A Venezia, invece, ha rimesso la testa a posto a Isabella Ragnone, madrina della Mostra del cinema, a Luisa Ranieri (tutte e due hanno esibito perfetti chignon retro), Valeria Solari («banana» fine Anni Cinquanta) e Valeria Marini, che ha voluto onde sparse, genere Veronica Lake.

«Trovo che le donne, così, siano più morbide e femminili», dice Serini. «C'è stata troppa geometria, troppa rigidità nel tentativo di essere moderni. Un po' di dolcezza va bene, e può anche essere superglamour (guardate il sito www.massimoserini.it).

CHIGNON E BANANE
Il revival comincia dai capelli. Di moda anche le onde morbide estremamente femminili

MODELLO MAD MEN
La serie televisiva di culto ispira vestiti bon ton perle e guanti color crema

E caccia al dettaglio. Tornano le ghettoni, impermeabili di Karl Lagerfeld, firmate Chanel, sulle décolleté di plexy (per lei) e in montone (per lui) di Giorgio Armani. Tornano le forme rotonde, il trucco fatale, il rossetto-rosso alla Marilyn, il fascino un po' misterioso che Monica Bellucci, barricata dietro grandi occhiali neri, dispensa nello spot Martini Gold. Torna la lacca (per lei) come nei manifesti in cui Freida Pinto sembra Audrey Hepburn, torna la brillantina (per lui): «Grease» vi ricorda qualcosa? Un altro mondo, non solo quando John Travolta era magro... Tornano i guanti, quelli lunghi, di Gilda, e quelli di stoffa, con i bottoncini.

Da Marisa Tomei ad Anne Hathaway, il red carpet detta legge: volant, romantici abiti a ruota, vita strizzata, (basta guardare Scarlett Johansson nella campagna autunno-inverno di Mango). Chi non ha visto «Mad Men», serie cult sul mondo della pubblicità che ha trionfato agli Emmy Award, gli Oscar della tivù americana, dovrà dedicargli un corso accelerato e studiare i protagonisti per copiare, non solo le cravatte sottili di Dan Draper e gli abiti bon ton di Betty, i guanti color crema, i giri di perle, ma gli oggetti. I dischi in vinile, che hanno ritrovato un loro mercato. Il telefono nero, quello con il disco combinatorio. Era una curiosità. Un reperto da mercatino acquistabile a 30-40 euro, un ricordo di come eravamo: senza segreteria telefonica, memoria, bluetooth, servizio di chiamata su occupato. Era essenziale. Eppure piace alla generazione iPhone, e gli ordini fioccano sul sito www.abdyantiques.co.uk. Chi proprio non ce la fa, ha scaricato l'applicazione iDial che mima il disco sul touchscreen. Si chiama retrophone,

giustamente. Poi c'è il boom del Vespa, per sentirsi in po' come in «Vacanze romane», minimalisti e felici. Si noleggia, per esempio da Sdc service (www.sdcservice.com, a partire da 150 euro) e si va a spasso nei centri storici, a Roma, Firenze, Catania, anche con guida, e senza stress alle folle velocità di 30 chilometri l'ora (le vere vintage non sopportano più di tanto). Il responsabile della sede romana, Silvio Cossi, assicura che i clienti migliori, oltre ai turisti, sono i manager.

Ci piace moltissimo quello che abbiamo buttato: certe poltrone girevoli,

certe librerie di teak che giudicavamo orribili, certe cucine di formica dai colori pastello che invece non erano tanto male, e il vecchio frigo bombato (lo rifanno rivisto e corretto). Perché mai questa corsa del gambero? I ricercatori del Future Concept Lab di Milano che studiano l'evoluzione dei trend non la vedono come un'operazione retro, particolarmente nostalgica, ma come una spinta a uscire dalla crisi, cercando ispirazione in un'epoca piena di slancio e di energia, dove è stato inventato di tutto: la Olivetti portatile, il robot Moulinex, la Moka Bialetti.

Un'epoca segnata dalla «practical grace», uno speciale mix di eleganza, semplicità e funzionalità (averne).

Ma, certo, non si può razionalizzare troppo. La macchina del tempo funziona a modo suo. Così quest'estate dall'Australia in giù tutti hanno cantato il remix in chiave house della leggendaria «Tu vuò fa' l'americano» di Renato Carosone (1956). Il duo australiano Yolanda Be Cool, ignoto ai più, ha conquistato YouTube. E noi saliremo sulla Vespa, modernissimi, per fuggire via. Dallo stress, ovvio. E anche dal revival, volendo.



Scarlett Johansson in gonna a corolla, un look di 60 anni fa riveduto e corretto per l'autunno 2010 da Mango

I miti



La Vespa
Boom del tour guidati con Vespe d'epoca, come quelle di «Vacanze romane». Sdc Service suggerisce itinerari in angoli nascosti di Milano, Roma e Catania. Per Roma c'è invece Bici e baci



Il telefono
È abbastanza facile trovare pezzi degli Anni Settanta, più difficile un autentico esemplare in bachelite Anni Cinquanta. Su eBay i più fortunati ne hanno comprato qualcuno a 50-60 euro



Yolanda Be Cool
«Tu vuò fa' l'americano» in chiave house remixata da un duo australiano (Yolanda Be Cool) è stata quest'estate al vertice delle classifiche. La canzone di Renato Carosone è del 1956



Le ghettoni
Avremo qualcosa in comune con Paperon de' Paperoni. Ce ne sono di tutti i tipi, per lei (vernice colorata, tessuto impermeabile, stampe, con fibbie e pelliccia) e per lui (più severe, di montone)

«Sono divertenti ma impariamo a sognare anche il futuro»

5 domande a
Tommaso Labranca
studioso del costume

Tommaso Labranca, 48 anni, si occupa da sempre di cultura popolare. Ha scritto programmi televisivi, romanzi a puntate, saggi, biografie su Michael Jackson e Freddie Mercury (l'ultima, appena uscita è «Pietro Taricone, la vita che desidero», pubblicata da Rizzoli) e naturalmente non gli è sfuggito questo clamoroso ritorno al passato.

Da che cosa nasce questa moda del revival?

«Il passato spesso è molto rassicurante. Tranquillizza: del presente non si sa mai. C'è poca fiducia, c'è sempre chi dice: il mondo fa schifo, bisogna andare via dall'Italia. Ma non è possibile continuare a guardare indietro».



Perché?
«L'abbiamo già fatto troppe volte, è un recupero del recupero. Ormai siamo ai cascami. I Cinquanta li abbiamo ripresi negli anni Ottanta. Adesso in America sono usciti un paio di libri sulla moda preppy, quella dei bravi ragazzi wasp, ma vogliamo finirla?».

Forse questo presente ha qualcosa in comune con il passato. Stiamo uscendo da una crisi.

«C'era stata una guerra e c'era voglia di ricostruire. La nostra guerra non ha date e confini. Abbiamo il terrorismo, abbiamo l'economia che vacilla. E la via migliore non è quella di idealizzare un periodo che aveva il maccartismo e un razzismo terribile. Certo, possiamo tenere il buono e scartare il brutto, ma non facciamo prima a inventarci qualcosa di nuovo?».

Perché non lo facciamo?
«Ci manca il coraggio. Poi, mettiamoli anche gli occhiali, i pantaloni stretti, la cravattina, cantiamo le canzoni di Carosone. Il guaio è che tutto resta in superficie. Nessuno si sforza di capire da che cosa nascono le mode e che senso hanno».

E allora?
«Divertiamoci. Vestiamo Marco Mengoni da Elvis Presley, andiamo al ballo di fine anno. Ma a un certo punto smettiamola. Penso con terrore al revival di questi anni: che cosa abbiamo creato di originale? Persino l'acclamata Lady Gaga è una ladra. Brava, Furba. Ma una ladra. Non facciamoci del male. Il futuro è avanti».

[ROS. SAL.]