

# le muse, le chiavi delle maison

Abbiamo ancora bisogno di icone? Sì, c'è un'esigenza diffusa di sostanza e autorevolezza, incarnata da visi e corpi del passato che hanno permesso agli stilisti di far atterrare i loro sogni in materia da indossare sulla terra. **Miti evergreen** di cui oggi visitiamo le case, in un pellegrinaggio laico per respirare l'aria dove sono nati progetti, abiti, amori, musiche, poesie. I volti simbolo di oggi sono chiamati a un compito: illuminare il mondo, tra fedeltà d'immagine e innovazione. E farci entrare nell'universo dei grandi couturier

di *Elisabetta Muritti*

---

A lato. L'attrice e cantante Jane Birkin durante un servizio fotografico nel suo appartamento parigino.



**Prima c'erano le muse, o icone, se preferite.**

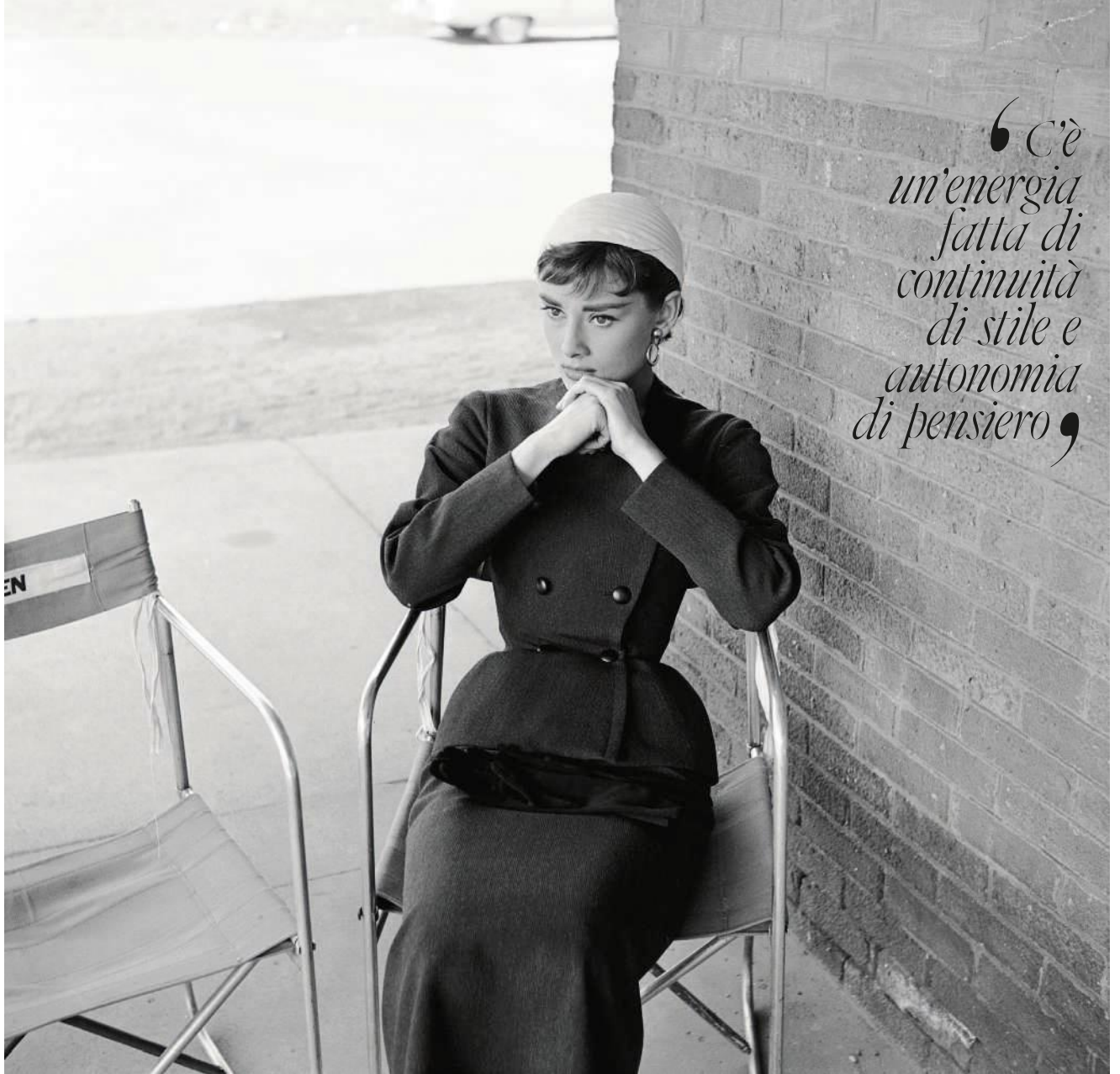
**Poi vennero le it-girl.** Poi, ancora, le influencer e le brand ambassador. E ora? Ora sono ritornate le icone. Meglio se "mature", competenti, ricche di sostanza. Il tempo è ancora una volta un cerchio, un serpente che si morde la coda: e che si snoda, idealmente, da un'Audrey Hepburn capace di assorbire ed emanare una luce speciale dall'eleganza firmata dal conte Hubert de Givenchy, a una Kamala Harris, mai come ora influente, seria e powerful anche grazie agli abiti di Chloé, marchio di cui è ora direttrice creativa Chemena Kamali. No, non ha dubbi Linda Gobbi, sociologa e fondatrice, insieme a Francesco Morace, del Future Concept Lab, istituto milanese di ricerca e consulenza strategica, 50 corrispondenti in 25 paesi: «Il ritorno delle icone, di moda e non solo, è un argine contro il precipizio della crisi, e segnala la caduta libera delle influencer. Ovvero, fino a non molto tempo fa, le rappresentanti di una curva ascendente in cui le aziende hanno

investito moltissimo. Nonché i simboli di quell'inconsistenza contemporanea che Francesco Morace ha analizzato nel suo ultimo saggio, intitolato, appunto, *Modernità gassosa. Istruzioni di volo contro la sindrome del pallone gonfiato* (Egea)». Gobbi contestualizza: «No, attenzione, la Ferragni qui ha poco a che fare. Penso piuttosto che c'entrino questi nostri anni angosciosi, Kiev, Gaza. Una crisi politica che diventa globale e investe, di conseguenza, anche l'eleganza e la sua comunicazione: abbiamo bisogno di icone "vere", ci è venuta fame di solidità. E nel momento in cui ci accorgiamo dell'esigenza di nuove muse rappresentative, ecco che abbiamo il dovere di porci subito la faticida domanda: ma rappresentative di che cosa?» L'inquietudine era nell'aria da un po'. All'inizio abbiamo pensato che fosse nostalgia, in fondo, come dice Gobbi, viviamo immersi in una cupezza che invoglia solo a guardare indietro. Poi ci è venuto in mente che poteva essere pigrizia: sarebbe a dire, meglio un

simbolo collaudato che uno da rodare; o, al contrario, magari era eccesso di velocità, perché un mito sbranava il precedente senza lasciarci nemmeno il tempo di spenderci un pensiero sopra. E invece no, semplicemente eravamo saturi. Sì, saturi della nostra friabilità e di quella dei nostri "personaggi di riferimento". Di fatto, come sospira Gobbi, «La sedicente autenticità sbandierata dai content provider, dall'industria dei testimonial e dal celebrity marketing ci ha fatto del male. Così, adesso, siamo costretti ad andare a vedere dentro le cose». Intanto, qualche osservazione. Mentre i grandi conglomerati del lusso internazionale ultimamente hanno marciato a suon di decine e decine di ambassador, continuamente aggiornate ma in realtà poi non così influenti sulle vendite e, forse, nemmeno sull'aura magica del brand, a Parigi un incessante pellegrinaggio, con tanto di prenotazioni online con slot sempre completi, ha caratterizzato dal 20 settembre 2023, giorno della sua apertura al pubblico, l'ingresso alla Maison Gainsbourg. Ovvero la casa-fucina di Serge, il musicista e poeta maledetto di rue de Verneuil, ma anche l'ambiente dov'è stato coltivato l'appeal di muse indimenticabili, Brigitte Bardot, Jane Birkin, Bambou, Charlotte Gainsbourg. Mica roba da poco, tra quelle mura si tenta ancora di risolvere l'equazione di quel che è sostanzialmente lo chic spetinato, ribelle e metropolitano della femminilità occidentale del Dopoguerra. Una potenza di fuoco, insomma. Che cercò di addomesticare nei primi anni Ottanta, o probabilmente è solo un piacevole aneddoto, chissà?, Jean-Louis Dumas, allora presidente e direttore artistico di Hermès, quando si trovò accanto in aereo Jane Birkin, intenta a recuperare da terra i fogli sparsi della sua agenda



In alto. La sfilata S/S 1998 di Jean Paul Gaultier, che si ispira a Frida Kahlo. Nella pagina accanto. L'attrice Audrey Hepburn con un abito di Hubert de Givenchy, in una pausa sul set di *Sabrina*.



*“C'è un'energia fatta di continuità di stile e autonomia di pensiero”*

caotica. La bella attrice si lamentò di quanto fossero stupide le borse da donna, o erano brutte o erano poco capienti per portarsele dietro in un weekend fuoriporta, ed ecco fatto, nasceva la Birkin, la sac pour femme più bramata e imitata al mondo. E da musa trasgressiva-sostanziosa a musa altrettanto trasgressiva-sostanziosa, che dire di Frida Kahlo? L'artista sfortunatissima nel fisico e anche nell'amore (scomparsa giusto 70 anni fa), capace però di infondere passione negli stilisti, da McQueen a Gaultier, da Lagerfeld a Yamamoto, da Dolce & Gabbana a Kawakubo, e di trasformare i suoi mortificanti corsetti ortopedici in feticci erotici e postmoderni che hanno turbato i visitatori delle tante, tantissime

mostre via via dedicate al suo guardaroba esagerato e personalissimo. Casa Azul a Città del Messico, Victoria & Albert Museum a Londra, Palais Galliera a Parigi, la Fabbrica del Vapore a Milano, certo, ma la Fridomania, intrisa di dolore e di glamour, era già decollata nella seconda metà degli anni Novanta. Ci sono icone che non demordono, dunque. Come se una misteriosa energia rinforzasse e collegasse figure tra loro diversissime, Loulou de la Falaise e Michelle Obama, Jackie Kennedy e Diana Spencer, Grace Kelly e Marella Agnelli. Fino ad arrivare a Nga Wai Hono i te po Paki, 27 anni appena, la nuova regina Maori, la più giovane sovrana del pianeta, che abbina gli outfit di Gucci ai tatuaggi tribali e tiene testa a

Carlo III del Regno Unito di Gran Bretagna e Irlanda del Nord e degli altri 14 reami del Commonwealth nel rivendicare i diritti del suo popolo. E quest'energia è fatta di continuità nello stesso stile, di riconoscibilità nel tempo, di coerenza e autorevolezza nel dire le cose che si sanno dire e anche di autonomia di pensiero. Si racconta di quando a fine anni Novanta, in procinto di mandare in passerella una delle sue ultime spose couture, Yves Saint Laurent avesse garbatamente chiesto a Laetitia Casta che cosa in quel momento avesse voglia di indossare, e che lei gli avesse risposto che avrebbe voluto essere vestita solo di fiori, e che nacque così lo splendido, botticelliano bikini da sposa entrato per sempre nel mito. Linda

Gobbi aggiunge: «Quest'energia ci ricorda anche l'importanza della biografia. Dati i tempi grami, le icone di sostanza tornano o ritornano perché oggi abbiamo bisogno di progetti chiari, di concetti espressi bene e con competenza professionale. E sì, anche nella moda. I marchi riscoprono il loro dna per rappresentare più sostanza e qualità. Finita l'era della stravaganza, arriva quella del virtuosismo creativo, del sapiente artigianato, arriva, insomma, l'icona che ti rappresenta "bene" nel mondo». Gobbi racconta di aver seguito per lavoro l'ultima Mostra del cinema di Venezia: «Sono rimasta colpita dal suo livello: grandi film e grandi dive, esperte e iconiche, e vestite da Maison all'altezza. La qualità è, come dire?, ritornata a essere sostanziosa e adeguata; l'abito di Nicole Kidman, di Schiaparelli, era un capolavoro luminescente di sartorialità, il cappello di Lady Gaga, di Philip Treacy, era una costruzione comunicativa in attinenza con il film *Joker: folie à deux*». Gobbi aggiunge: «Stiamo parlando di icone, certo. Ma soprattutto di donne che, come, giusto per fare un esempio, Taylor Swift, stanno riempiendo la scena comunicativa con la loro biografia, e di conseguenza le piazze e l'entusiasmo dei giovani.

Tornando a Kamala Harris, lei è molto abile nel saldare insieme forma e sostanza, dimostrandosi non diversa da quella che è, tant'è che si presenta vestita secondo la classicità borghese e non avvolta dai sari della madre». E dopo la coerenza biografica, cosa devono dimostrare, le vecchie-nuove icone contemporanee? «Alla fedeltà d'immagine devono saper

In alto. Jane Birkin e Serge Gainsbourg nella loro casa di Parigi, oggi museo aperto al pubblico. A lato. Lo stilista Yves Saint Laurent nel giardino di Dar es Saada, Marrakech, 1976.

«Oggi abbiamo bisogno di volti "veri", ci è venuta fame di solidità»

aggiungere l'innovazione. E alla spina dorsale dritta devono saper abbinare l'elasticità. Perché solo così, oggi, possono ispirare il futuro, di cui abbiamo tutti bisogno», risponde Gobbi. «L'icona di oggi sa di dover essere l'emblema di una crescita. Il che impegna anche il suo corpo, con le sue luci e le sue ombre: ecco spiegati la risata della Harris e il sorriso di Elly Schlein, entrambi simboli di un'espressività che illumina la tristezza che ci circonda, così come erano quasi tutti chiari e brillanti gli abiti sul red carpet di Venezia, come contributo alla serenità e segnale di quella che ho definito "la nuova importanza delle biografie"». Linda Gobbi quasi azzarda: «Un sorriso, un abito meraviglioso e meravigliosamente



ben fatto: così la moda diventa politica, affidando un messaggio finalmente non-maschile, non rancoroso, a donne necessarie che hanno in testa pochi, chiari progetti». Ogni riferimento a cose o persone è puramente casuale. Meno casuale, invece, è che il pensiero vada a Yasmin Zaher, la giovane scrittrice palestinese-americana che ha da poco pubblicato un libro bello e disturbante, *The Coin: A Novel*, che negli Usa ha già fatto il botto. In estrema sintesi, Zaher racconta di una giovane palestinese a New York, esule e nevrotica, divisa tra il suo impegno di insegnante in una scuola per scolari problematici e il suo folle amore per la moda di Hermès e Dior. Il reselling truffaldino delle borse Birkin (ancora!), la pace zen che le procura un guardaroba firmato perfetto, la cura e la pulizia maniacali dei capi, la disciplina ispirata dalle prescrizioni di Monsieur Christian Dior scritte negli anni Cinquanta. Sì, forse c'è spazio anche per muse sghembe e irregolari. Ci aiutano a capire come l'eleganza oggi, talvolta, possa anche trasformarsi in un monito crudele e poetico al tempo stesso. |