



Tra moda e cibo, a Roma

Due linguaggi messi a confronto

PATRIZIA CALEFATO

Roland Barthes sosteneva negli anni '60 che esistono due grandi forme di espressività culturali che possono costituire dei sistemi analoghi a quelli della lingua: la moda e la cucina. Per entrambe queste forme lo studioso dei segni, dei miti e dei valori della società contemporanea avrebbe poi elaborato un modello molto simile a quello che per il linguaggio aveva proposto lo strutturalismo europeo novecentesco.

Perché moda e cucina? Perché tutte e due sono manifestazioni sociali che consistono di regole allo stesso tempo immotivate e obbligatorie. Chi decide che una stagione vadano le scarpe a punta e nella successiva si usino invece quelle arrotondate? dove si elaborano le scelte relative alla tradizione culinaria, le regole di trasformazione degli alimenti nella cottura? Nella cultura, certo (forma essa stessa di «cottura»), nella comunicazione, nel continuo passaggio dal bisogno al desiderio, dalla fame all'appetito, dall'individuo alla società. Proprio come succede alle regole di una lingua. E ancora, come la lingua, moda e cucina hanno i loro testi: fotografie, ricette, menù, sfilate, degustazioni... Hanno la loro «etichetta», proprio nel senso di una piccola etica. E ci sono mode alimentari, come attualmente in Italia quella del Giappone, analoga a quella presente anche nella moda degli abiti. Ci sono forme di valorizzazione dello stile, come quelle per esempio dello stile «povero»: si pensi al pane nero, alle ricette della nonna, da un lato, e al jeans dall'altro.

Si è svolto ieri a Roma la manifestazione «Italian Food and Fashion 2004». Si tratta della prima edizione di un evento ideato per far incontrare moda ed enogastronomia «made in Italy». Abiti e cibo saranno messi a confronto, dal momento che hanno in comune una lunga e sapiente tradizione artigianale, conosciuta ed apprezzata in tutto il mondo e che ormai è diventata segno inequivocabile di un'identità culturale e tradizionale.

Ci sono ristoranti alla moda e abiti fatti per andare a cena fuori. Cibo e abiti possono denotare lusso o miseria: la fame e gli stracci da un lato, caviale e haute couture dall'altro.

Questa comune vocazione di moda e cibo all'esprimere significati sociali complessi, come veri e propri linguaggi che hanno quale loro protagonista d'eccezione il corpo, trovano in questi giorni una singolare sintesi nella manifestazione «Italian Food and Fashion» a Roma. Il suo tema ispiratore è quest'anno il vintage, forma di espressività che conferisce valore, attrattiva o sapore, a seconda di come vediamo la cosa, sia a un abito sia a un vino che dal passato giungono oggi ad affascinarci con il richiamo unico del loro «invecchiamento».

Ai visitatori della manifestazione è stato proposto un percorso guidato attraverso allestimenti di capi d'annata, costituito da capi dell'archivio storico di A.N.G.E.L.O. Vintage Palace, e prodotti tipici dell'enogastronomia in tema. Inoltre sono state esposte creazioni esclusive di



Abito disegnato da Guillermo Mariotto per Gattinoni, intessuto con involucri per alimenti. Sopra, la borsa «Cioccolato» di Moschino

alcune delle più prestigiose case di moda italiane che per foggia, colore o fantasia della stoffa, richiamano il tema del cibo: Maison Gattinoni con un abito di Guillermo Mariotto del 1998, un abito della Maison Coveri ed una performance di Annalisa Caruso della Fondazione Andy Warhol.

È il made in Italy ad essere protagonista: un marchio, ma soprattutto una cultura, che nel settore moda conosce oggi un calo, e che necessita di essere supportato da intelligenza e conoscenze. E la riflessione sulle connessioni tra sistemi culturali, e

videnziata in forme creative e positive, aiuta molto. Lungi dal discorso odierno, dunque, quella perversa connessione tra l'anoressia e il mestiere (o il mito) della modella che unisce a negativo il corpo culinario e il corpo di moda. Ben vengano invece quegli spunti che possono far vedere con occhio ottimista e collaborativo anche il match transazionale di questi anni tra il Made in Italy e il Made in China nel settore moda: non dimentichiamoci che gli spaghetti, nelle loro rispettive differenze, fanno parte del patrimonio culturale di entrambi.