

Cronache di cotone

Meglio i leggings o le calze di Pippi Calzelunghe?

Anticipiamo un brano del saggio della psicoterapeuta infantile che uscirà a fine mese sul numero 96 della rivista «Liber» (Idest)

MANUELA TRINCI

NON È DETTO CHE LE VERE MODAIOLE UNDER-SEI CON TANTO DI BABY LOOK DA FAR INVIDIA AI GRANDI SIANO SOLO SURI CRUISE O SHILOH JOLIE PITT, BABY STAR DAGLI INCONFONDIBILI COGNOMI E GIÀ FASCION VICTIM DELLE LORO SCOPPIETTANTI MAMME. Prova ne sia che da decine di pagine cartonate, con inserti di stoffa e bottoni, sbucano altrettante grintose *mini-celebrities*: ranocchie vanitose, gatti guru di leggings parade, ippopotami icone curvy, topi stilisti prêt-à-porter, pecore cool intente a cucire cappotti in pura lana, elefanti *couturiers* in scaldamuscoli...

Storie e racconti glamour che consentono di seguire le cronache di cotone della quotidianità di tanti bambini: prima alle prese col dare nome alle cose che indossano, e successivamente intenti a scalare con l'abbigliamento le prime tappe dell'autonomia. Ma al di là di questi innocui, facili, rispecchiamenti che i libricini facilitano, e al di là della giusta osservazione di Philippe Ariès che vedeva nell'abbigliamento infantile uno straordinario rivelatore del mutamento dei costumi sociali, nonché dell'evolversi del «sentimento dell'infanzia», per i bambini contemporanei - una magnifica, potenziale, legione di consumatori in marcia verso una indiscussa sovranità - anche l'abito, un tempo eccellente status symbol, risente di un *drop-down*, di una flessibilità imitativa, di un mutevole e mutante gusto collettivo, che ha teso a omogeneizzare le classi sociali in un orgiastico spreco opulento.

Piccoli consumatori crescono, così, fra sacchi-nanna sfiziosi e tutine D&G, in una escalation di vacue futilità. Moda&bambini rispecchiano una società in crisi, dove la fuga dal reale, l'illusoria abbondanza e la costante insoddisfazione, sono lo specchio deformato che noi offriamo a generazioni di «nati per comprare», esposti al rischio di fraintendere il senso di pienezza della vita con la pienezza del godimento del consumo.

In questo senso, la moda «dei» bambini è diven-

tata piuttosto la moda «per» i bambini; tanto che, facendosi interprete di un unico linguaggio assertivo e commerciale, ha perduto i tanti altri linguaggi della moda stessa: ora provocatori, ora d'avanguardia, culturali, artistici e creativi.

Avvalendosi, poi, indifferentemente di fatine svolazzanti o di Biancaneve, di Paperina o di Barbarella, di Tea Stilton come delle Witch, Winx, Bratz, o della sigillatissima Barbie, così come di squittoni giovinette che frequentano lezioni di *basic trendy* sicure di slittare dalla passerella al reame, queste varieghe interpreti della comunità del guardaroba compiono un ulteriore tentativo di opacizzare un'infanzia scarruffata e stravagante, immiserendo di conseguenza un immaginario sostenuto dai cappuccetti rossi, i vestiti dell'imperatore, le calze diseguali di Pippi o il vestito della domenica di Gian Burrasca. La loro, in fondo, era una moda per realizzare cose impossibili; un immaginario dissacrante, ribelle ai vestiti noiosi, oggi, peraltro, proposto in un divertentissimo libro di Chiara Rapaccini dove i cappelli serpenti, pentola o cucù, fanno pendant con scarpe arrotolate o scivolo, vestiti di schiuma e calzini parlanti... (*1 vestiti impossibili*, pp.32, euro 12, Salani).

Ovvio, a questo punto, come ha sostenuto a più riprese Zygmunt Bauman, che un tale bombardamento mediatico induca un imbarbarimento del pensiero critico. E se poi gli adulti, scrive ancora Bauman, non sono più capaci di pensare criticamente, come si può pretendere che possano farlo i loro figli? Riscoprire, allora, della moda le incursioni nell'arte, rintracciare le provocanti simmetrie futuriste con abiti modellati a antenne e motoscafi; ripensare gli studi sul colore di Sonia Delaunay; creare segni, gocce, bolle e geometrie da indossare come quadri; elaborare «vestiti-poemi» intrigati dal fascino tutto francese di Aragon, significa dare ai bambini strumenti con cui «pensare» e «vedere».

Perché, nella cultura liquido-moderna, cultura della discontinuità e della dimenticanza, è sempre più difficile creare narrazioni, tanto che i frammenti minacciano di diventare egemoni. Per questo, la moda offre, anche ai più piccoli, un'opportunità nella riscoperta di un saper fare artigiano e tanto lontano da essere caduto in disuso: l'arte del cucire, del rammentare, del riparare, del ricongiungere insieme con i pezzi di stoffa anche briciole di storie; facendosi, come per gioco, memoria di vita.



Nella pagina le illustrazioni di Jean-François Martin

STORIE/1

Il vestito da sposa cucito da Filomena

«Una sposa buffa, buffissima, bellissima» di Beatrice Masini, illustrazioni di Anna Laura Cantone (pp.32, euro 13, Arka): fantastica tecnica del collage, nasi lunghi e occhioni tondi, per una semplice storia d'amore fra Filomena, sarta, abilissima nel confezionare abiti da sposa, e il meccanico Ferruccio. Ovvio che quando Ferruccio dichiara il suo amore, Filomena si metta a cucire il suo abito per farlo davvero speciale. Picaresche avventure faranno sì che, alla fine, Filomena si renda conto di avere esagerato nella confezione di un ampolloso abito nuziale, invitando tutti a riflettere come i sentimenti siano più importanti dei vestiti!