

Giovanna Motta

*La forza della moda.
Potere, rappresentazione,
comunicazione*

Quaderni del Dottorato Storia d'Europa



Edizioni Nuova Cultura

Quaderni del Dottorato Storia d'Europa

*La forza della moda.
Potere, rappresentazione,
comunicazione*

Giovanna Motta



Edizioni Nuova Cultura

Quaderni del Dottorato in Storia dell'Europa

Direzione scientifica

Antonello Folco Biagini

Giovanna Motta

Progetto e coordinamento Giovanna Motta

Copyright © 2019 Edizioni Nuova Cultura - Roma

ISBN: 9788833652306

DOI: 10.4458/2306

*È vietata la riproduzione non autorizzata,
anche parziale, realizzata con qualsiasi
mezzo, compresa la fotocopia, anche
ad uso interno o didattico.*

*Questo volume è stato stampato
con tecnologia "print on demand"
presso il centro stampa Nuova Cultura
P.le Aldo Moro, 5 - 00185 Roma
tel. 06.49912685
per ordini: ordini@nuovacultura.it*

Editing: Fabio Isopo, Roberto Sciarrone

Composizione grafica: Antonello Battaglia

*In copertina: M. Rothko, *Number 10*, 1958, MoMA, New York*

INDICE

LA MODA TRA MEDIOEVO ED ETÀ MODERNA

Rosso, Porpora, Porfido. Esercizi di <i>stile</i> I <i>di Umberto Longo</i>	11
Rosso, Porpora, Porfido. Esercizi di <i>stile</i> II <i>di Geraldine Leardi</i>	19
Tra sacro e profano. La simbologia dell'abito religioso <i>di Antonello Battaglia</i>	25
La nave sui capelli della regina. Maria Antonietta e le sue parrucche come espressione dello spirito del tempo <i>di Martina Bitunjac</i>	33
“Tinger di negro, negro bellissimo, negro mirabile”. Conoscenze e strategie del colore negli abiti dell’età moderna <i>di Giovanna Motta</i>	45
L’incanto dell’eredità di Francesco Bernini. Moda, costume e arredamenti nella prima metà dell’Ottocento <i>di Rossella Pace</i>	67
L’eleganza di Vilfredo Pareto, una inedita lettura del personaggio <i>di Maria Caterina Federici</i>	81

Una coppia alla moda nella Parigi di primo Novecento <i>di Andrea Carteny</i>	91
LA MODA IN ETÀ CONTEMPORANEA	
Il fascino della divisa. Segni e simboli nella rappresentazione degli abiti militari <i>di Alessandro Vagnini</i>	105
The Social Construction of the <i>Parisienne</i>: Reflections in Contemporary Popular Publishing on an Historical Icon of Feminility <i>di Paola Panarese, Stefania Parisi</i>	119
La moda, macchina del tempo <i>di Elena Dumitru</i>	129
Vestire il regime. Moda e potere economico durante il ventennio fascista <i>di Cinzia Capalbo</i>	141
All'alba della Repubblica. L'immagine delle donne nelle istituzioni (1946-1948) <i>di Francesca Russo</i>	159
La moda polacca nel periodo comunista. Creatività e dissenso politico <i>di Cesare La Mantia</i>	169
Soft power sovietico e fashion. La storia continua <i>di Marco Cilento</i>	197

TEORIE E METODI DELLA RICERCA

I raggi dell'ornamento.

Una sociologia della moda a partire da Georg Simmel

di Valentina Grassi

211

Semiotics of Fashion.

Theories and Considerations about the (new) Objects

di Marianna Boero

219

Donne e moda. *Fashion victims* o protagoniste?

di Maria Cristina Marchetti

237

IDENTIFICARSI.

Dicotomie della moda e processi di imitazione

nelle teorie sociologiche

di Francesca Romana Lenzi

249

Moda, politica, potere.

Il whistleblowing nel caso di Cambridge Analytica

di Daniel Pommier

255

MODA, TRADIZIONE, CULTURA

La moda lungo la Via della Seta

di Fabio L. Grassi

279

Tradizioni culturali e regionali.

I costumi tipici della Valle d'Aosta

di Elisa Zanotto

289

Moda e tradizione culturale. Segni e atmosfere del <i>Made in Italy</i> e dell'<i>Italian Style</i> tra gli anni Settanta e Novanta del XX secolo <i>di Patrizia Calefato</i>	301
Cristóbal Balenciaga's transformations of 1967. The power of subversive practice <i>di Gabriela Muñagorri Mendiola</i>	311
Valentino fra tradizione e innovazione. La mostra al Museo Milavida a Tampere <i>di Cornelia Bujin</i>	327
L'architettura negli abiti di Gianfranco Ferré <i>di Leone Spita</i>	337
Being gender-fluid tra retelling adolescenziale e retorica della moda <i>di Romana Andò</i>	349
L'ERA DIGITALE. ARCHIVI, INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ	
Lavoro e moda, uno sguardo d'insieme <i>di Fabrizio Ferraro</i>	371
Innovazione sostenibile nell'industria conciaria. Opportunità e sfide <i>di Giuliana Vinci, Salvatore Ciano, Andrea Rocchi, Francesco Bellini</i>	385

La canapa nell'industria tessile. Coltivazione e produzione per una moda sostenibile <i>di Fabrizio D'Ascenzo, Laura Gobbi, Mattia Rapa, Roberto Ruggieri</i>	395
Moda, forme di vita e semiosfere: Havaianas <i>di Bianca Terracciano</i>	403
Gli archivi della moda <i>di Beatrice Romiti</i>	419
Tra moda, musica e danza. L'archivio dei costumi storici dell'Accademia Nazionale di Danza di Roma <i>di Gianluca Bocchino</i>	429
Gli archivi della moda in Rai, un'eccezione di stile sempre nuova <i>di Fabiana Giacomotti</i>	451

LA MODA POLACCA NEL PERIODO COMUNISTA. CREATIVITÀ E DISSENTO POLITICO

Cesare La Mantia

La moda come strumento di consolidamento della Rivoluzione russa. L'importanza dell'informazione nella vittoria e consolidamento della rivoluzione era riconosciuta e compresa dai dirigenti bolscevichi. Un contesto favorevole aveva ampliato il potenziale di penetrazione di un messaggio di per sé già potente. Ogni strumento di divulgazione contribuì a creare e rafforzare il consenso verso il credo rivoluzionario e la sua concreta realizzazione. Il "migliore dei mondi possibili" dovette in buona parte la sua formazione all'uso sapiente della comunicazione e alla propaganda, sua figlia naturale. Quest'ultima sarà la principale alleata nella creazione e crescita dell'uomo nuovo sovietico, un concepimento ambizioso, un parto che si annunciava complicato, ma che avrebbe consentito, secondo i bolscevichi, di superare le innumerevoli insidie date dal centinaio di nazionalità ereditate dal periodo zarista e presenti nell'URSS rivoluzionaria. Nazionalità differenti per idioma, per credo religioso, che si alimentavano e si vestivano in modo diverso. Si rafforzò la posizione del russo come lingua dominante; il partito diventerà un fattore unificante; contro la religione fu combattuta una guerra vittoriosa; sul cibo si poteva transigere, ma il modo di vestirsi, di comunicare agli altri il proprio ruolo avrebbe dovuto essere uniforme. La nuova tipologia umana si sarebbe realizzata nell'accettazione degli ideali sovietici non più nella sua individualità, bensì come appartenente a una immensa comunità in cui le differenze erano state, per definizione, eliminate. Un simile essere umano, in via di creazione, avrebbe dovuto essere seguito, educato e formato dalla nascita in ognuno dei suoi aspetti, diventando testimonianza di una positiva appartenenza

trasmessa a chiunque con lui entrasse in contatto. Tutti gli strumenti di comunicazione furono utilizzati, la stampa in ogni sua caratterizzazione, la musica, la radio, il cinema, la cartellonistica, l'arte nelle sue varie branche. Forse il più immediato strumento di relazione con gli altri, fu il modo di vestirsi, di cui facevano parte integrante i tessuti e i loro colori, gli abbinamenti, il taglio, la funzionalità, elementi che, sommariamente, potrebbero essere indicati nel complesso come moda, anche se, nel fervore dei primi anni rivoluzionari, i bolscevichi respinsero proprio il termine moda e la sua accezione nel significato occidentale che fu bollata come espressione ed esempio di una società borghese, classista, decadente testimonianza di un mondo fondato sulla diseguaglianza e il soddisfacimento di falsi bisogni, destinato all'estinzione. Si trattava anche di costruire un gusto popolare ispirato all'ideologia al governo. Un ruolo importante in tale processo di formazione ebbero le riviste, soprattutto le più popolari, che davano anche i consigli su come abbinare i colori. L'abbigliamento in stile occidentale fu fortemente criticato prima dai futuristi e poi dai costruttivisti sostenitori delle finalità sociali dell'arte, contrari all'arte *per l'arte* e antesignani del realismo socialista. I costruttivisti insistevano sulla funzionalità e semplicità degli abiti. Caratteristiche alle quali, qualche anno dopo la rivoluzione, nel 1923 Varvara Stepanova aggiungeva l'anonimità e l'efficienza unita a un preciso ruolo sociale dei vestiti.¹ Nello stesso anno, la Stepanova e Liubov Popova divennero disegnatrici nella prima fabbrica statale di stampa tessile a Mosca e sostituirono con scarso successo i tradizionali motivi floreali decorativi con modelli geometrici minimalisti. Durante il periodo staliniano, la moda ricoprì un ruolo maggiore nella formazione dell'uomo nuovo sovietico. Divenne parte importante di una cultura di massa che aveva come modello il compagno Stalin e assunse un importante ruolo molto rappresentativo della nuova e - per definizione - migliore fase della storia russa. L'estetica staliniana divenuta l'obbligatoria fonte di ispirazione per i disegnatori, mischiava per l'abbigliamento femminile tradizione popolare russa e reinterpretazioni sovietiche dei modelli delle dive del cinema

¹ V. STEPANOVA, *The Dress of Our Times: The Overall*, Mosca, 1923.

statunitense.² Gli abiti ebbero le linee accentuate, le spalle seguivano un corpo che si voleva sinuoso e forse opulento. È difficile pensare che il sanguinario Segretario si interessasse di abiti e di *glamour* in generale, ma era anche un appassionato di film *western* e non disdegnava quelli musicali. Nel 1934 a Mosca fu inaugurata la *Casa della Moda*, che avrebbe dovuto creare uno stile sovietico da realizzare nelle produzioni di massa delle aziende tessili. Tutto avveniva nella rigida programmazione dell'economia pianificata e sotto la costante sorveglianza del Ministero dell'Industria leggera, editore anche di due pubblicazioni di moda, una mensile *Rivista della moda* e una bimestrale *La moda delle stagioni*. Il governo non venne meno ai rigidi protocolli dell'economia pianificata, così la realizzazione dell'abbigliamento - nonostante l'apertura nelle capitali delle repubbliche sovietiche e nelle principali città di Case della Moda - rimase centralizzata e controllata. Ci fu anche la fabbricazione di generi di lusso pubblicizzata dal Ministero e chiaramente riservata ai membri della *nomenklatura* in grado di acquistarla. Pellicce, profumi, accessori, erano diretti a un modello di donna diverso dalle operaie e dalle contadine a cui era destinata la produzione di massa delle aziende statali.³ A operai e contadini furono comunque dispensati consigli su come abbinare i colori e su come vestirsi durante la giornata. All'inizio degli anni Sessanta, si suggeriva di indossare abiti di un solo colore, due erano tollerati, tre già un eccesso, un azzardo da condannare e non seguire, quattro una manifestazione di indicibile cattivo gusto. Quanto agli accessori, li si preferiva discreti e ridotti al minimo. Non bisognava girare per strada indossando le tute da lavoro. L'abbigliamento di ogni cittadino era associato a una funzione nella comunità, a un'età, a un ruolo, poiché lo rendeva identificabile e, di fatto, stabiliva una classificazione, una forma di gerarchia che tuttavia non avrebbe dovuto esistere in un mondo che si voleva senza classi.⁴ Si tenterà più avanti e dopo la morte di Stalin, di mettere insieme il rispetto dei canoni

² O. VAINSHTEIN, *Female Fashion: Soviet Style: Bodies of Ideology*, in H. GOSCILO and B. HOLMGREN (a cura di), *Russia Women Culture*, Bloomington, 1996, pp. 64-93.

³ D. BARTLETT, *Communist Dress*, vedi sitografia.

⁴ O. VAINSHTEIN, *Female fashion, soviet style: bodies of ideology*, in *Russia Women Culture*, Bloomington, Indiana, 1996, pp. 66-67.

tradizionali con una timida apertura della moda socialista al sentire occidentale e una maggior competitività della merce prodotta all'interno del COMECON con la promozione di sfilate di moda, a Mosca nel '57 e a Praga nel '66,⁵ ma nonostante i nuovi piani quinquennali degli anni Sessanta e Settanta prevedessero uno spazio per il settore della moda, non esisteva la capacità industriale per confezionare capi di qualità, che, se prodotti, la stragrande maggioranza della popolazione non avrebbe avuto la possibilità di acquistare.

La moda nel secondo dopoguerra polacco: necessità e diversificazione identitaria. Finita la guerra, la Polonia risorse per la seconda volta nella sua storia.⁶ L'esistenza di un forte partito comunista, uno scenario internazionale favorevole - in Europa orientale - all'Unione Sovietica, la presenza sul territorio dell'Armata rossa orientarono Varsavia verso un regime comunista e un sistema di alleanze in cui la potenza dominante era Mosca. Il Cremlino detterà la corretta accezione della dottrina marxista-leninista nell'interpretazione staliniana. Il modello sovietico, però, non sarà soltanto "esportato" poiché sarà reale motivo di ispirazione per la maggior parte dei dirigenti polacchi che si erano formati in URSS e vedevano nel compagno Stalin e in tutta la sua politica - repressione compresa - un prototipo da seguire. Tuttavia, per alcuni appartenenti alla nuova classe politica - Gomułka su tutti - avrebbe potuto esistere una sorta di via polacca al comunismo senza tradire i principi e, soprattutto, l'alleato sovietico. Nella Polonia del secondo dopo guerra esistevano varie "sacche" di resistenti alla sovietizzazione subito iniziata e mai del tutto accettata. Si basavano, gli appartenenti a queste sacche, su tradizioni, memorie insurrezionali, sul cristianesimo cattolico. Iniziò un confronto con il nuovo modello politico, certamente vincente in URSS, fondato sull'autoritarismo totalitario e uniformante che andava a scontrarsi contro una secolare tradizione avversa al potere costituito. Non c'era, o meglio non c'era ancora, un fronte unico e compatto contro la nuova via sovietica e non bisogna dimenticare la forza e il sostegno avuto dal *Partito Operaio Unificato Polacco* (POUP). Il richiamo, però, a una interpretazione

⁵ K. HLAVÁČKOVÁ, *Crech Fashion 1949-1970: Mirror of the times*, Prague, 2000.

⁶ N. DAVIES, *God's playground. A history of Poland*, Oxford, 2013.

polacca del nuovo modello politico e al suo eventuale rifiuto alla fine divenuto un'affermazione d'identità, sarà costante nella storia della Polonia comunista e inserito in una quotidianità fatta all'inizio di una tragica povertà e tremende distruzioni ereditate dalla guerra. La moda fu uno strumento importante nella formazione dell'uomo nuovo sovietico e ciò ne estese l'utilizzo come possibile mezzo di coesione nel c.d. blocco orientale. Nel giugno del 1949, l'Associazione degli artisti polacchi riunita in congresso riconobbe il realismo socialista come unica forma di arte. Questa avrebbe dovuto avere un ruolo militante e tutte le espressioni al di fuori da tale compito avrebbero portato a un'arte degenerata, borghese, espressione di un mondo decadente e perciò morente. La moda ebbe un ruolo importante nella determinazione dello stereotipo a cui l'arte avrebbe dovuto ispirarsi. Il quadro *Postaci* (PERSONAGGI 1950) di Wojciech Fangor è il manifesto programmatico di tale concezione. Sullo sfondo di uno scenario di chiara superiorità del nascente mondo comunista sul decadente e rovinato mondo suo predecessore, tre figure si stagliano in primo piano: due donne e un uomo al centro. Ogni elemento del dipinto esprime una condanna esplicita verso l'effimero e dannoso mondo capitalista. L'uomo poggia il braccio e la mano sinistra sulle spalle e sul braccio sinistro di una donna. I lineamenti di entrambi sono decisi, i corpi sono vicini, la donna si accosta all'uomo con un moto di affettuosità contenuta e complicità, hanno in comune qualcosa. Condividono l'appartenenza alla classe lavoratrice, le mani destre di entrambi impugnano un arnese di lavoro. I vestiti di entrambi sono blu, pratici, adatti a gente che lavora con le mani. Il tessuto che cade morbido sulla donna, su di un corpo abituato a lavorare, ha il fine di coprire e non di sedurre. La camicia aperta dell'uomo aumenta l'informalità e il senso di complicità della coppia il cui sguardo più di commiserazione e meno di condanna trafigge la seconda donna del dipinto. Si tratta di una borghese, o quanto meno di una donna che si atteggia a esserlo. Veste un abito dal taglio occidentale che ne valorizza le forme, il colore è chiaro, non teme di sporcarsi, un giro di collana ne esalta l'incarnato bianco. Al collo dell'altra donna, quella del popolo, non ci sono ornamenti. Degli accessori come la borsetta e gli occhiali definisco l'appartenenza borghese-occidentale della donna, ma lo

sguardo dietro gli occhiali scuri è suggerito come fisso nel vuoto. Le lavoratrici polacche al cui mondo apparteneva l'altra donna, erano impegnate come operaie nel settore tessile, erano muratori, capisquadra e conducenti di trattori e ciò era un segno di emancipazione e simbolo di indipendenza.⁷ I principi basilari ai quali la moda polacca avrebbe dovuto ispirarsi erano molto chiari e rigidi e ci sarebbe voluto molto coraggio a trasgredirli. Le origini della moda polacca del secondo dopoguerra possono farsi risalire a una comune e concreta necessità di coprirsi e nello stesso tempo all'esigenza più intima e personale, da molti sentita, di dimenticare gli orrori appena trascorsi e poter sognare un futuro migliore in cui fosse anche possibile concedersi dei piaceri apparentemente effimeri. Il riciclaggio dei materiali e la loro trasformazione in qualcosa di elegante erano testimoni di questa duplice esigenza. Nello sfacelo del secondo dopoguerra il riuso dei materiali era una necessità legata alla sopravvivenza, fare dei capi funzionali e con una ricerca di eleganza era un'arte. Le corde disfatte e tessute, la seta naturale - poi rigenerata - il nylon di cui erano fatti i paracadute statunitensi, fornirono le materie prime per confezionare degli abiti. La seta dei paracadute in eccesso inviati dal governo britannico fu utilizzata per confezionare abiti da sposa. Le cravatte di seta delle SS furono anch'esse lavorate e utilizzate, così come le divise abbandonate o donate dall'esercito britannico o statunitense. Anche i tessuti degli abiti inviati dall'*United Nations Relief and Rehabilitation* (UNRRA) si riveleranno utili. La fine del conflitto, di per sé motivo di gioia e le ferite ancora aperte da cicatrizzare, la speranza in un futuro migliore, furono espresse nei motivi floreali degli abiti colorati e pratici del momento. Erano i primi passi della moda polacca che nel periodo comunista riuscì a trovare uno spazio di autonomia da quella sovietica, una moda in grado di esprimere un proprio senso identitario con caratteristiche proprie sfruttando il linguaggio della comunicazione di un paese comunista con modelli che avrebbero espresso senso di appartenenza e un tentativo di rielaborazione del passato. Il processo di rafforzamento dei legami degli Stati comunisti dell'Europa orientale con Mosca passava attraverso un processo di omologazione e conseguente controllo dei

⁷ A. PELKA, *The establishment responds*, 2012, pag.199.

vari aspetti delle singole società con quella sovietica. I legami tra partiti non bastavano. Nel caso della Polonia, ufficialmente, a partire dalla proclamazione della Repubblica popolare nel 1951 (ma effettivamente anche prima), questa fu costretta ad abbandonare le proprie tradizioni e ad accettare il sistema centralizzato di produzione e distribuzione del vestiario sovietico. Era assolutamente vietato rendere gli abiti uno strumento di espressione di eleganza e bellezza e l'abbigliamento del comunista, funzionale, semplice e aclassista, era ufficialmente quello che avrebbe soddisfatto tutte le esigenze sartoriali dei lavoratori, donne e uomini, essendo il risultato di accurate di ricerche scientifiche e tecniche.⁸ Prima della proclamazione della Repubblica, nel 1948, fu creata l'*Organizzazione della Gioventù Polacca (Związek Młodzieży Polskiej)* e per i giovani fu prodotta un'uniforme composta da una camicia verde e una cravatta rossa. Nel 1954, l'*Istituto del Disegno Industriale*, responsabile per la creazione di collezioni per l'industria statale polacca, diffuse delle precisazioni riguardo questa uniforme obbligatoria sottolineando come questa avesse il potere di unire i giovani e farli sentire una singola unità e come riuscisse a incoraggiare sentimenti di solidarietà, unità ed equità. La divisa era stata creata per avere un ruolo socio-educativo nel campo dell'abbigliamento giovanile e rappresentava un simbolo visivo identificativo del giovane che aveva scelto il giusto percorso verso la conquista della propria posizione sociale. Lo stile di abbigliamento propagato dall'Istituto si basava fondamentalmente su indumenti dal taglio confortevole e comodo, corrispondenti cioè alla forma del corpo e gli indumenti dovevano essere realizzati in specifici colori e indossati solo con determinati accessori. Il mancato rispetto di tali regole avrebbe potuto determinare la possibilità di uno scivolamento della gioventù verso stili di vita indesiderabili e stravaganti, i quali a loro volta erano suscettibili di portare alla corruzione del carattere tra i giovani.⁹ Il giusto modello da seguire e da imitare era suggerito anche tramite la stampa. Il periodico *Przekrój (Sezione)* fu fondato nel 1945 a Cracovia, a ridosso della fine della seconda guerra mondiale, in un periodo quindi di bisogno di rinascita. La capitale, Varsavia, era distrutta e sembrava non ci fosse

⁸ D. BARTLETT, *Communist Dress*, 2 April 2010, Vedi sitografia.

⁹ Op. cit., A. PELKA, p. 198.

tempo né possibilità di pensare alla moda, anzi, le donne erano invitate a interessarsi a cose “più importanti”. Nonostante ciò, poco tempo dopo, una sezione della rivista fu dedicata alla moda e apparve nel settimanale per rimanervi permanentemente, esortando le donne a destinare parte del loro tempo a essere “carine”, anche se inizialmente non era ben chiaro nemmeno ai giornalisti che lanciavano quegli appelli come dovesse vestirsi la donna polacca alla moda. A scopo didattico, inizialmente, fu ideato un personaggio chiamato Rylska, che provava a recuperare i vecchi usi e costumi del periodo antecedente la guerra per donare nuovo respiro alla moda degli anni Trenta e proporre un modello di tendenza da seguire. Rylska rimase in vita fino all'accettazione dell'interpretazione della moda secondo i dettami di praticità - e in parte anche asessualità - del socialismo reale che caratterizzavano la donna e l'uomo sovietico. Le *silhouettes* delle donne divennero meno femminili, le scollature eliminate quasi del tutto, i fianchi degli abiti furono più larghi, le teste coperte, e schiacciate, da berretti e cappelli. Paulinka e Lucynka sostituirono nel 1949 Rylska con il compito di mostrare il buonsenso in campo di tendenze di idee e moda. La prima rappresentava la ragazza volubile, che voleva sempre fare nuovi acquisti e piacere agli altri, la seconda incarnava il senso di praticità. Funzionalità ed efficienza erano i veri valori e si cercava di far capire a Paulinka quanto la modestia e la semplicità avrebbero dovuto caratterizzare il suo modo di vestirsi poiché i cittadini polacchi dovevano valutare la praticità come valore assoluto.¹⁰ Il mondo di Paulinka e Lucynka non poteva andare d'accordo con quello della moda occidentale, in particolare, francese. Le *Maison* parigine erano il centro della moda occidentale, dettavano le regole del gusto e, soprattutto, esprimevano uno stile di vita che non era quello del socialismo reale. Paulinka e Lucynka non potevano accettare, per esempio, lo stile di Christian Dior e il suo *new look* teso a enfatizzare la figura femminile (con una silhouette a forma di A) e poco dopo neanche quello di Pierre Cardin. Nel c.d. blocco sovietico non si aveva il diritto di potersi avvicinare alla cultura occidentale poiché chiunque lo volesse era considerato un traditore, per cui ogni aspetto della vita occidentale - moda compresa - era demonizzato. Nonostante l'attività

¹⁰ K.SULEJ, *Fashion in Poland after World War II*, 4 Agosto 2016. Vedi sitografia.

di formazione di quello che avrebbe dovuto essere il nuovo uomo polacco, il dissenso tra le opinioni governative e della popolazione - soprattutto giovanile - riguardo il modo di vestirsi secondo la propria volontà, cominciò già negli anni Quaranta. Le uniformi kaki dei piloti inglesi divennero espressione di stile e moda, mentre al contrario le uniformi della Repubblica popolare polacca non incontravano molta approvazione. Oltre che dall'UNRRA, pure dalla CARE (*Cooperative for American Remittances to Europe*) e da altre organizzazioni umanitarie polacco-americane, la Polonia ricevette, tra gli altri beni di prima necessità, anche vestiario che comprendeva proprio le uniformi militari occidentali, soprattutto dell'esercito britannico perché più facilmente reperibili, tanto amate dai giovani polacchi. Le giacche militari statunitensi, invece, erano poco reperibili in Polonia, e proprio per questo rappresentavano il culmine dei gusti per i giovani polacchi. A causa della scarsità di reperibilità di calzature, si indossavano gli stivali militari. Il punto è che, adottando questo tipo di abbigliamento, non c'era inizialmente nessuna volontà da parte dei giovani polacchi di ribellarsi contro il sistema né pensavano che gli abiti potessero essere visti come simboli di ostilità, al contrario, i comunisti assocavano la moda agli affari mondani (che, secondo loro, nel mondo occidentale venivano considerati più importanti di molte altre cose) e la gradivano indossandola a discapito dei capi polacchi, ma ciò era ritenuto un vero e proprio tradimento. Una dura critica all'abbigliamento occidentale come espressione di una cultura basata sulla sopraffazione e lo sfruttamento è espressa in maniera netta in un manifesto di Zbigniew Lengren del 1952, dove è raffigurato un uomo molto magro, malvestito e scalzo, che tiene un cartellone pubblicitario di calzature di lusso di produzione statunitense (indicato dalla scritta *Made in Usa*), che lui, affamato com'è, non può mettersi di acquistare.¹¹ Il disprezzo per il mondo borghese e latifondista è nettamente specificato nel manifesto intitolato *Precz* (traducibile in italiano con "abbasso", "via", "sciò"), nel quale è disegnato un uomo molto grande dai baffi all'ingiù e con un abbigliamento da contadino sullo sfondo di campi rigogliosi, che fa segno con la mano di scacciare via due uomini rappresentati molto più

¹¹ F. CHIUSAROLI, F. M. ZANZOTTO, *Scritture brevi nelle lingue moderne*, in «Quaderni di linguistica zero», Novembre 2012, pp. 30-35.

piccoli di lui. Questi due uomini che scappano raffigurano gli sfruttatori della borghesia e dell'aristocrazia latifondista riconoscibile dalla casa padronale, *dworek*, della piccola nobiltà terriera polacca, presente nel manifesto. L'abbigliamento svolge ancora una volta un ruolo importante definendo l'identità dei due uomini. La loro provenienza è straniera, occidentale. Uno è corpulento e ha dei baffi all'insù, tipicamente tedeschi, indossa un maglione a scacchi e un cappello, mentre l'altro ha un monocolo, in testa un basco, indossa una giacca elegante, un *papillon*, calza degli stivali alla cavallerizza e ha un frustino. Sembra un *dandy* innamorato dell'effimero e dell'apparenza, è l'esatto opposto del nuovo uomo polacco o sovietico che sia, del contadino in camicia e pantaloni grigi da lavoratore quasi michelangiolesco nei suoi tratti e nella sua dimensione. Il messaggio era semplice da comprendere e da quale parte stesse il giusto era abbastanza evidente. A partire dagli anni Cinquanta, l'economia pianificata non aveva ancora sanato le ferite della guerra - come del resto le economie dei paesi occidentali - e stentava soprattutto nella produzione di beni di consumo con una conseguente penuria sugli scaffali dei negozi. Il governo rafforzò il divieto d'importazione di merci dall'Occidente, provvedimento che colpì anche il settore dell'abbigliamento aumentando i fattori di attrito tra giovani non comunisti o contrari al governo dello staliniano Bierut. Con l'ascesa al segretariato di Chruščëv e l'inizio della destalinizzazione, cambia in parte il clima politico anche nell'Europa comunista all'interno dei singoli paesi e nelle relazioni tra alleati. Si andrà in direzione di una diminuzione del controllo dell'apparato statale sulla società e una relativa tolleranza di Mosca verso politiche autonome degli appartenenti al blocco sovietico. I limiti alla tolleranza erano la non messa in discussione del primato dei vari partiti comunisti e dell'appartenenza al Patto di Varsavia. Quando questi limiti saranno superati e le forze interne non saranno in grado di ristabilirli ci sarà l'intervento armato. Con uno scenario più favorevole il modello di abbigliamento proposto da Mosca e solo parzialmente accettato dai polacchi, fu ulteriormente dimenticato e le riviste come *Moda i Styl* o *Moda Polska* (*Moda e stile* e *Moda polacca*) presentarono la donna polacca vestita secondo uno stile sempre più originale e distante dallo

stereotipo imposto da Mosca. In realtà, la visione di un'Europa orientale comunista come "blocco" è errata se la si intenda come qualcosa di granitico e senza fessure, quando in realtà le crepe politiche iniziavano a esserci già nei primi anni Cinquanta e in più di una occasione furono "riparate" dalle truppe sovietiche e da quelle del Patto di Varsavia. La medesima osservazione riguarda anche per la censura che, per quanto esercitata con dura solerzia persecutoria, non lo fu la stessa in ogni Stato e in ogni periodo, le maglie del controllo censorio si stringevano o si allargavano e quando ciò avveniva era difficile per i censori tornare allo stato precedente.

I Bikiniarze, musica e abbigliamento e la posizione del partito. Nella Polonia post staliniana l'abbigliamento accentua la potenziale caratteristica di manifestazione di dissenso e la proibizione di utilizzo di quello occidentale provocò, al contrario, un crescente desiderio di potersene impossessare, per esprimere il proprio gusto e per emulare le tendenze e gli stili proposti da modelle e modelli occidentali nelle riviste e nei film che si riuscivano ad avere e a vedere. La moda si mosse con la società polacca e tra la fine degli anni Sessanta e Settanta si avvicinò alla protesta contro il regime e il fotografo Janusz Sobolewski ambientò un servizio fotografico per la *Gdańskie Zakłady Futrzarskie* (Fabbrica di pellicce di Danzica) nei cantieri navali della città. Negli anni della destalinizzazione si sviluppò in Polonia il fenomeno dei *Bikiniarze*,¹² termine utilizzato per indicare quei giovani polacchi che, indossando abiti eccentrici e tipicamente ispirati alle mode che stavano emergendo in occidente tra i ragazzi, sfidavano i codici di abbigliamento della società comunista.

I *Bikiniarze*, o, *Bikini Boy* erano un po' il riflesso dei *Teddy Boys* britannici e dei *Zazous* francesi, ma nel caso della Polonia si trattava di una subcultura di opposizione, così come anche per gli equivalenti ungheresi, i *Jampec*, o quelli romeni, i *Casa Johnnys*, e soprattutto quelli sovietici gli *Stiljagi* e i cechi, i *Pasek*. Si trattava di un fenomeno pan-europeo. I *Bikiniarze* formarono uno dei primi movimenti di controcultura nel campo della moda, infatti, invece dei soliti grigi, pratici e impersonali vestiti propugnati dalla moda comunista,

¹² R. P. POTOCKI JR, *The life and times of Poland's Bikini Boys*, in «The Polish Review Vol» 39, No. 3 1994, pp. 259-290.

amavano sfoggiare dei pantaloni strettissimi, modello *stove-pipe*, e non troppo lunghi, in modo da poter mostrare i loro calzini a righe o di colori brillanti; indossavano scarpe di pelle o di camoscio con suole di gomma molto spesse, giacche quasi logore e dal taglio molto ampio e cappelli modello *pork pie*, che andavano a posizionarsi su capigliature a dir poco eccentriche come quella chiamata *ducktail* (letteralmente "coda di anatra"), perché i capelli venivano lucidati e tirati indietro sulla nuca. Le loro cravatte erano molto particolari, a volte vi attaccavano con una spilla le etichette delle sigarette americane, oppure vi dipingevano a mano isole con delle palme, donne in bikini o bombe atomiche; queste raffigurazioni alludevano soprattutto ai test nucleari statunitensi del 1946 sull'atollo di Bikini e proprio ciò portò all'assegnazione del nomignolo peggiorativo a questo gruppo di ragazzi. Un'immagine complessiva di trasandatezza; capelli lunghi trascurati ad arte, pantaloni di *gabardine* a tubo di stufa stretti e stirati, la camicia di un blu pallido con il colletto grande sulla quale spiccava una cravatta verde con triangoli dorati, il tutto sotto una giacca a doppio petto dello stesso colore dei pantaloni, scarpe con suole spesse di gomma ruvida. È questa l'immagine di un *Bikini Boy* secondo uno di loro, in seguito divenuto acuto conoscitore del fenomeno.¹³ L'abbigliamento sul finire degli anni Cinquanta e l'inizio dei Sessanta divenne in Europa orientale, così come in quella occidentale, espressione di subculture giovanili che contestavano i governi e la società in cui vivevano. Nell'Oriente europeo la contestazione era più difficile e i margini di tolleranza erano molto ristretti. Il particolare delle scarpe è evidenziato anche dal regista polacco Roman Polanski che le indica come l'accessorio più importante dell'intero abbigliamento in pelle nera o in camoscio blu lo completavano e valorizzavano le giacche in motivi scozzesi a quadri o di velluto a coste con le maniche ripiegate a imitazione del *look roué* eduardiano. Camicie con il colletto basso e largo erano infilate in pantaloni stretti e lunghi fino alle caviglie, la cravatta mono cromatica la si portava annodata con un grosso noto alla Windsor.¹⁴ Anche l'abbigliamento della versione femminile dei *Bikiniarze* chiamata *Kotka* (gatta), comunicava il

¹³ L. TYRMAND, *The Man with the White Eyes*, Warszawa, 1959, pp. 98-99.

¹⁴ R. POLANSKI, *Roman*, Milano, 1984, p. 84.

proprio senso di appartenenza e il personale messaggio di protesta con un abbigliamento inconfondibile e molto appariscente. Gonne con tagli profondi sopra scarpe simili a quelle degli operai stavano spesso alla base di un vestiario volutamente ambiguo come riferimento sessuale, grandi bevute e risse completavano un personaggio femminile molto lontano da quello propugnato dal POUP.¹⁵ I *Bikini Boy* esprimevano con il loro modo di vestire anche una posizione politica. Indossavano le *zoot suits* - un abito da uomo di moda negli anni Quaranta negli Stati Uniti - e calzini multicolori lanciando un messaggio di sfida, rivendicando il diritto alla diversità e alla fantasia. Erano una vera e propria "linea di combattimento" e una "ragione per i comunisti di avere la schiuma alla bocca dalla rabbia".¹⁶ Gli organi di controllo del POUP seguivano ogni possibile forma di dissenso e la diffusione dei *Bikiniarze* e della loro versione femminile alla fine degli anni Cinquanta e nella prima metà dei Sessanta li spinse a intensificare i controlli. Una sottocultura nata nonostante l'attività delle organizzazioni giovanili del partito e l'intensa propaganda preoccupava molto. Gli appartenenti al movimento furono identificati come violenti, traditori, teppisti e anche se non erano dotati di una consapevolezza politica nel loro modo di vestire "all'occidentale" indentificarono la pericolosa tendenza a scivolare verso decadenti stili di vita di stampo borghese e occidentale. La polizia intervenne duramente e gli inseguimenti a gruppi di ragazzi si concludevano con il taglio violento dei loro capelli, delle cravatte realizzate a mano o dei cappelli. I membri della *Związek Socjalistycznej Młodzieży Polskiej* (Associazione dei giovani socialisti polacchi) aggredivano e denunciavano chi andasse a scuola con delle acconciature particolarmente elaborate e colorate e avviarono una campagna molto attiva nei confronti dei ragazzi e delle ragazze con acconciature non considerate conformi alle regole che venivano aggrediti e denunciati come controrivoluzionari, persino espulsi dagli istituti scolastici. La modella Ewa Maria Morelle fu cacciata dalla scuola a causa del suo taglio di capelli simile a quello dell'attrice italiana Lucia Bosè. L'immagine positiva esemplare del giovane

¹⁵ A. PELKA, *The establishment responds*, New York, 2012, p. 200. Op. cit., R. P. POTOCKI JR, pp. 261-263.

¹⁶ L. TYRMAND, *Dziennik*, Warszawa, 1989, p. 140.

attivista del POUP dedito alla costruzione del socialismo fu contrapposta dalla stampa a quella volutamente negativa e da non emulare dei coetanei vestiti male e pettinati peggio, servi dell'imperialismo statunitense, vittime e nello stesso tempo propagatori della cultura decadente dell'Occidente capitalista e borghese. Con il termine *Bikiniarze* furono indicate tutte le tipologie di comportamenti devianti dall'ortodossia comunista e fu utilizzato anche per indicare delinquenti comuni e per attribuire ai membri del gruppo attività criminali. La stampa chiedeva la repressione più dura nei confronti del movimento ma, malgrado ciò, il divieto di importare vestiti dall'Occidente, il taglio dei capelli, l'estetica del movimento furono emulati e intesi come critica verso il regime. I vestiti provenienti dall'Occidente si diffusero sul mercato nero e chi non poteva accaparrarseli, partendo da materie prime disponibili sui mercati legali, cercava di creare nuovi modelli che si rifacevano alla moda italiana, francese o statunitense. L'abbigliamento completava delle forme di protesta che si esprimevano anche con i gusti musicali. Dai porti del Baltico entravano, legalmente o meno, merci dall'Occidente come capi di abbigliamento e dischi di musica *beat* e *rock'n'roll* molto amati dalla gioventù polacca che li ascoltava dalle radio occidentali che trasmettevano verso l'Europa comunista.¹⁷ Il governo polacco era abbastanza tollerante a dimostrazione della particolarità della situazione polacca e di una gestione della censura e della repressione del dissenso meno dura che negli altri Stati comunisti. Il 13 aprile 1967 a Varsavia si esibirono i Rolling Stones. I tre mila posti disponibili della Kongresowa non bastarono a soddisfare la richiesta degli 8.000 giovani provenienti anche da altri paesi che volevano entrare anche esibendo biglietti falsi. Ci furono scontri e feriti con i 5.000 uomini delle forze dell'ordine che circondavano l'area.¹⁸ Gomułka si mosse meglio di

¹⁷ T. RYBACK, *Rock around the Block: a History of Rock Music in Eastern Europe and the Soviet Union*, New York- Oxford, 1990.

¹⁸ E. AMBROSI, *Da Lenin a Lennon. Come jazz, rock, beat § pop contribuirono alla caduta della Cortina di Ferro*, Trieste, 2017.

quanto aveva fatto Imre Nagy¹⁹ in Ungheria e di quanto avrebbe fatto un anno dopo Alexander Dubček in Cecoslovacchia.²⁰

La moda di Stato: Barbara Hoff e moda polska. Il controllo sulla popolazione diminuì, ma senza mai mettere in discussione il ruolo del POUP e soprattutto l'appartenenza al Patto di Varsavia, l'alleanza militare dei paesi dell'Est comunista che dal 14 maggio 1955 si contrapponeva alla NATO fondata nel 1949. La politica del nuovo segretario fu di "apertura controllata" verso l'arte, la cultura, la moda e verso la musica. L'emittente *Voice of America* trasmetteva anche in Polonia le canzoni di Elvis Presley e nel 1959 la *rock band* polacca dei *Rhythm and Blues* si esibì al *Red Cat Club* di Danzica ottenendo un successo strepitoso sancito dai nove bis di *All of me*. I locali dove si ascoltava musica occidentale si moltiplicavano nella Polonia comunista con il consenso del governo che seppe far convivere l'aspetto innovativo del *rock'n'roll* con gli obiettivi socialisti, con un atteggiamento forse identico e certamente simile a quello tenuto nei confronti della moda. La direzione del POUP preferì governare i fenomeni invece di contrastarli apertamente, provando ad assimilarli alla cultura socialista.²¹ Così convissero alta moda in stile occidentale - in particolare francese - e abiti della tradizione contadina, musica classica e popolare polacca. Il *twist* fu inserito nel programma sperimentale scolastico "Educare giocando" e fu ballato per le strade di Varsavia durante le celebrazioni dell'ascesa al potere del POUP. La prova del successo della politica governativa fu data dal depotenziamento dell'aspetto protestario dei movimenti giovanili. Il successo dei Beatles²² sarà solo musicale e in uno scenario che nel 1970 conterà 7.000 gruppi *rock* lo Stato polacco sosterrà le *tournées* all'estero di quelli più famosi anche se in patria i termini *beat* e *rock'n'roll* erano ritenuti sovversivi e dunque poco usati. La moda giovanile che guardava a quella occidentale e ai suoi aspetti contestatari conviveva

¹⁹ P. FORNARO, *Ungheria*, Milano, 2006. R. PIETROSANTI, *Imre Nagy, un ungherese comunista: vita e martirio di un leader dell'ottobre 1956*, Firenze, 2014.

²⁰ F. CACCAMO, *La Cecoslovacchia al tempo del socialismo reale: regime, dissenso, esilio*. Roma, 2017. M. CLEMENTI, *Cecoslovacchia*, Milano, 2007.

²¹ J. KORALIEWICZ, *Changes in Polish social consciousness during the 1970s and 1980s: opportunism and identity*, in J. KORALEWICZ, I. BIAŁECKA, M. WATSON, *Polish Society in the 1980s*, New York, 1980.

²² T.W. RYBACK, *Rock around the Bloc*, New York, 1990.

con quella ufficiale ispirata ai modelli del socialismo reale che supportava un settore tessile molto importante per l'economia polacca e con quella che pur all'interno della moda di Stato creava e si ispirava allo stile occidentale. Alla fine della guerra, le donne polacche crearono "gioielli" dai legumi, le collane di fagioli e pasta colorata ornavano spesso gli abiti fatti con tessuto riciclato andando ad arricchire un mercato nero che iniziava a essere florido anche grazie alla presenza di personalità di spicco nel settore della moda riciclata. Barbara Hoff, stilista laureata all'università Jagellonica, fu una di queste. Il governo comunista finì per tollerare un'attività che avveniva in semi clandestinità e che chiaramente si ispirava alle "eretiche" idee occidentali e non a quelle dell'alleato moscovita in fatto di moda. Tollerarono poiché, tutto sommato il potere del POUP non era messo in discussione e, in una fase in cui il consenso era da costruire, lasciare dei margini di sfogo e autonomia a una popolazione tanto provata dalla guerra era una buona politica, non si spiegherebbe, altrimenti, la tolleranza proprio nei confronti della Hoff - che apparentemente rimaneva al di fuori della politica - alla quale fu consentito di mantenere i contatti con Parigi e essere protagonista assoluta nel suo settore.²³ Redattrice della sezione moda del settimanale *Przekrój* dal 1954 al 2002, disegnatrice di collezioni dal 1960, influenzò con i suoi giudizi e i suoi modelli le scelte dei creatori di moda polacchi. Il mondo occidentale verso il quale guardava non era soltanto quello della moda, ma anche quello di uno stile di vita che apprezzava ed era totalmente differente da quello polacco. I suoi modelli di abbigliamento saranno nel tempo espressione di un impegno militante al quale l'*Intellighenzia* polacca della quale la Hoff riteneva a ragione di far parte, era chiamata. I contorni del personaggio della Hoff delineati dai suoi disegni e dalla sua attività sono molto vicini a quelli dell'intellettuale *engagé* alla francese con le sue discussioni e illusioni, con in più un senso pratico dato dal doversi confrontare ogni giorno con la reale tangibile mancanza delle materie prime con le quali realizzare il suo lavoro per produrre capi di abbigliamento che rispondessero a concrete esigenze e

²³ Intervento parte di un'intervista rilasciata da Hoff a Włodzimierz Kalicki per la rivista *Wysokie Obcasy*. Per una trattazione più estesa si veda A. LEGIERSKA, *Fashion Lessons from Communist Poland*, 15/05/2015. Vedi sitografia.

nello stesso tempo “lanciassero” un messaggio politico. In un’intervista rilasciata al quotidiano di Varsavia *Gazeta Wyborcza* nel 2016 il nemico contro cui a suo tempo lottare fu identificato nei modelli culturali, sociali, politici russo-sovietici importati in Polonia che valorizzavano non la capacità, bensì la fedeltà. Alla sua moda Barbara Hoff dava il compito di migliorare la gente rendendola più tollerante, più aperta e disponibile ai cambiamenti. Anche lei maestra di riciclaggio dava consigli su come riutilizzare vecchi capi per realizzarne di nuovi e originali. Il buon esito commerciale delle sue collezioni fu clamoroso e questo spiega anche perché le sia stata in parte perdonata la sua vita spesso ai confini di quella che era considerata la retta via socialista. Il successo del suo stile era dovuto anche ai prezzi bassi degli abiti e dalla possibilità di combinare colori e forme lasciata agli acquirenti. All’inizio degli anni Settanta, la sua fama la portò a viaggiare per tutta la Polonia e a collaborare con produttori e cooperative di produttori. I viaggi in patria si concludevano con collaborazioni e presentazioni di modelli e collezioni, i viaggi all’estero - soprattutto a Parigi - su incarico della sua rivista le consentirono di entrare in contatto con la moda internazionale, di anticiparne le tendenze e informarne i suoi lettori polacchi. Raccontò e descrisse le collezioni di Pierre Cardin, Balenciaga, Givenchy. Compresa l’elemento di novità costituito dal *prêt-à-porter* e il suo successo a discapito dell’alta moda anche perché veniva da una realtà in cui le materie prime per la creazione della moda non erano abbondanti e la necessità di riciclare era costante. Hoff se ne accorse immediatamente, capì in anticipo l’importanza del *designer* giapponese Kenzo Takada e tenne sempre informati i suoi lettori trasmettendo ai polacchi la sensazione che al di là della “cortina di ferro” ci fosse un mondo in movimento e agli osservatori occidentali più acuti che il “grigio”, nelle sue varie tonalità, non fosse il solo colore presente nella Polonia comunista. Il governo polacco utilizzò la moda per offrire ai mercati internazionali - verso i quali era diretta la produzione tessile polacca - una visione positiva della Polonia comunista in cui la moda e la libertà di scelta del vestiario e di comunicare attraverso esso era più libera di svilupparsi, al contrario di quanto avveniva nella Germania orientale dove il controllo sulla popolazione si estese, in modo rigido,

anche al suo modo di vestirsi.²⁴ La notorietà dei creatori di moda polacchi dipese anche dal tentativo di recuperare, reinventandola, la tradizione popolare. Il mercato di Varsavia sarà, inoltre, ritenuto dalla poliedrica Agnieszka Osiecka un grande terapista dell'anima polacca. Il governo si rese conto di tale realtà e cercò di controllare il fenomeno e di ricavarne degli utili. Il settore tessile era molto sviluppato in Polonia riprendendo con successo una tradizione che aveva fatto di Łódź in passato il suo principale centro di produzione. C'erano sfilate di moda e c'era soprattutto il tentativo di togliere a Praga il titolo di Parigi orientale come capitale del *fashion*. Nel 1958 nasce *Moda Polska*, un'impresa statale che avrebbe dovuto fare da supporto al settore tessile creando uno stile che migliorasse la penetrazione della merce nei paesi alleati e diffondesse il gusto polacco a discapito di quello sovietico e soprattutto praghese. Nello stesso anno fu rivitalizzata a Łódź da Krystyna Dębczyńska la casa di moda, preesistente al conflitto, *Telimera*. A creare materialmente e a dirigere *Moda Polska* fu chiamata Jadwiga Grabowska che lascerà a Halina Kłobukowska il ruolo di direttrice artistica nel 1967, con la collaborazione di Kaya Mirecka-Ploss che internata in un campo di concentramento durante la guerra, decise di studiare al *Saint-Martin's College of Art* di Londra una volta terminato il conflitto. *Moda Polska* sarà attiva fino 1998 e funzionerà come una vera *Maison* di moda. Creerà modelli, organizzerà *défilé* recluterà indossatrici, farà tendenza e, pur ispirandosi alla moda occidentale, creerà uno stile polacco lontano dagli schemi sovietici che attirerà nuovi talenti. Tutto ciò in un regime comunque basato su di uno stretto controllo sociale che organizzava fiere del *design* e proponeva vestiti per ballare, per andare a passeggiò la domenica e che vestiva, ovviamente con i propri abiti migliori, i dirigenti del partito specialmente quando dovevano viaggiare al di fuori dei confini nazionali. La Grabowska, direttrice artistica della *Maison*, si avvalse della preziosa collaborazione come assistente di Jerzy Antkowiak a partire dal 1961. Jadwiga Grabowska conosceva il mondo della moda e dopo la guerra in mezzo alle macerie aprì a Varsavia nel 1945 la boutique *Feniks* come la mitica Araba Fenice che risorge dalle sue ceneri con l'intenzione di far riconquistare alle donne polacche la fiducia in sé stesse aiutandole a

²⁴ A. PELKA, *Z politycznym fasonem. Moda młodzieżowa w PRL i NRD*, Gdańsk, 2014.

ricominciare a vivere normalmente recuperando il desiderio di essere aggraziate e ben vestite di cui avevano goduto prima della guerra. A iniziare a risorgere dalla propria morte era Varsavia. La scritta *Warsaw Lives Again* fu impressa su una linea di portasigarette. La chiamava *boutique*, ma in realtà si trattava di un magazzino in cui inizialmente c'erano solo i suoi vestiti e dopo poco tempo anche capi d'abbigliamento più disparati portati da cittadini di Varsavia. La richiesta di consigli su come vestirsi e su come realizzare o modificare abiti la indusse a chiedere la collaborazione di alcune delle sarte di cui era stata cliente prima della guerra. Il riciclaggio, anche in questo caso, fu la parola d'ordine. La *boutique* della Grabowska sarà chiusa nel 1947, ma i dirigenti comunisti, consci delle sue capacità e già consapevoli dell'importanza della moda, la nominarono prima *art director* di *Moda Damska* (Moda Femminile) e successivamente responsabile del Dipartimento sfilate di moda di *Cepelia*, grande struttura commerciale in cui confluivano cooperative con filiali in tutta la Polonia. Le sue capacità manageriali e di direttrice artistica contribuirono alla trasformazione del Dipartimento in un negozio molto elegante denominato *EWA* (*Eleganckie, Wytworne, Atrakcyjne* "elegante, sofisticato, attraente"). Vista l'affermazione a cui aveva portato aziende statali, quando nel 1958 nacque *Moda Polska* la sua nomina a direttrice artistica della nuova struttura sembrò essere opportuna. La decisione di creare la nuova struttura dedicata alla moda fu presa in un periodo di grandi cambiamenti in cui la via verso un comunismo blandamente nazionale sembrava essersi aperta con l'arrivo alla segreteria del POUP, il 21 ottobre 1956, di Władysław Gomułka il quale cumulò anche la carica di capo del governo. Poco tempo dopo, un pellegrinaggio di oltre un milione di persone guidate da 34 vescovi al santuario mariano di Częstochowa ricordava al neo segretario che la Chiesa cattolica aveva il suo peso in Polonia. L'anno seguente mons. Wyszyński fu autorizzato a recarsi a Roma a ricevere la porpora cardinalizia e ci ritornò nel 1958 per l'elezione al soglio pontificio di papa Roncalli. Il nuovo segretario cercò di evitare gli eccessi del dogmatismo come quelli del revisionismo e in un clima di allentamento del controllo del regime sulla società favorì le relazioni culturali e gli scambi con i paesi occidentali, facilitando così un maggior contatto tra il mondo della moda polacco e

quello europeo, specialmente francese. La *Maison* divenne uno strumento politico atto a rappresentare all'estero l'aspetto migliore della Polonia comunista. Le collezioni furono presentate, sempre con successo, durante eventi importanti come la fiera annuale di Lipsia, l'inaugurazione del collegamento tra Varsavia e il Cairo, i congressi del Consiglio per l'assistenza economica reciproca, nelle ambasciate polacche e spesso in Unione Sovietica. Il segreto della celebrità di *Moda Polska* e di tutta la moda polacca in generale stava forse nella sua "affermazione in opposizione" nel suo non essere russo-sovietica o cecoslovacca, per citarne le principali correnti. Da ciò derivava una forte testimonianza identitaria a cui non fu estranea la personalità delle donne. L'identità di un popolo si costruisce nel tempo anche per differenze e firmando collezioni così diverse da quelle sovietiche le creatrici polacche facevano una scelta politica e rafforzavano l'identità polacca. La vicinanza di un nemico, vero o presunto che sia, aiuta a costruire e poi a mantenere un senso di comune appartenenza che nel rapporto con l'altro si realizza. Il problema o i problemi sorgono quando il fattore unitario si affievolisce. La moda polacca in generale si manterrà come elemento identitario fino alla fine del periodo comunista. La fama di *Moda Polska* cresceva come quella della sua titolare che, energica e piena di idee, non mise mai in discussione il sistema politico, ma adattandosi a esso poté godere di una libertà altrimenti difficile da avere e poté reinterpretare la tradizione popolare polacca, tanto cara ai dirigenti del partito, secondo il suo gusto. Gli abiti mostrati nel 1966 al popolare programma televisivo *Ted Lapidus show* furono il frutto forse migliore di tale situazione. La Grabowska controllò tutta l'attività artistica dall'inizio di *Moda Polska* e sotto la sua supervisione crebbero nuovi talenti che mantennero nelle loro creazioni l'influenza delle sfilate parigine. Tula Popławska e Jerzy Antkowiak firmarono nel 1966 la loro prima collezione senza la supervisione della Grabowska. Gli scontri continui con l'apparato amministrativo di *Moda Polska* furono probabilmente la causa della cessazione del suo lavoro nello studio di progettazione che aveva creato. Il fotografo francese di *Elle* - Peter Knapp - nel 1966 fece dei servizi in Polonia fotografando anche le minigonne con motivi folk. Ai Gioghi olimpici di Grenoble la *Maison* avrebbe disegnato gli abiti per la squadra polacca, ma la

Grabowska era già fuori dalla struttura. Le sue modelle, almeno la maggioranza di loro, la ricorderanno come una figura leggendaria, con gli abiti di Chanel e un turbante quasi inscindibile, però - secondo Antkowiak - erano tutti un po' stufi del suo autoritarismo. Nel 1967 le fu chiesto di andarsene e fu sostituita come direttrice artistica da Halina Kłobukowska, ma la mente creativa della *Maison* fu Jerzy Antkowiak. La sua bravura e la capacità di collaborazione con i disegnatori gli consentirono di far carriera e nel 1979 divenne vice direttore artistico e amministratore della ditta. Il secondo incarico lo portò a contatto con la quotidianità di un'azienda e con i relativi problemi di un'economia pianificata, di per sé poco flessibile alle esigenze della clientela. Antkowiak disegnava abiti perché gli piaceva e non pensava di contribuire al cambiamento del sistema politico in cui viveva. Il periodo in cui resse la *Maison* coincise con la crisi politico-economica del regime polacco che avrebbe portato all'affermazione di *Solidarność*, alla proclamazione dello stato d'emergenza e alla fine del regime comunista. La *Maison* polacca resistette alla mancanza di materie prime e alla crisi politica che investiva la Polonia. Del resto, le sarte polacche, in un passato non tanto lontano, avevano creato vestiti utilizzando persino le corde dei paracadute. Antkowiak riuscì a proporre nel 1982 una collezione della *Maison* alla fiera di Lipsia, la improvvisò durante il viaggio e prendendo una posizione politica (o forse solo perché in quel momento *Solidarność* era di moda) attaccò i distintivi ai vestiti cuciti dimostrando grande coraggio nell'esibire la spilla del sindacato presieduto da Lech Wałęsa. Ancora di più ne ebbe Grażyna Hase che nel 1967 presentò la collezione *Kozar look* ispirata alla Rivoluzione di Ottobre. Il luogo della sfilata, il club degli studenti di Dziekanda, si prestava a interpretazioni audaci, la creatrice che era anche modella dei suoi abiti sfilò reinterpretando l'abbigliamento di Lenin, indossando una giacca, un giubbotto e una cravatta a pois. La collezione presentava capi stile Anna Karenina e riproponeva quelli indossati dai soldati dell'Armata Rossa. L'elemento più appariscente era forse la musica di sottofondo della sfilata che si tenne sulle note dei Beatles. Le creazioni di Grażyna Hase sfilarono con successo anche nel mondo occidentale.²⁵

²⁵ A. Boćkowska, *To nie są moje wielbłądy. O modzie w PRL*, (Questi non sono i miei cammelli. La moda nella repubblica popolare polacca), Wołowiec, 2015.

Prima della crisi degli anni Ottanta e nel periodo di maggior successo, gli abiti di *Moda Polska* vestirono Jovanka Broz, moglie di Tito, e molti protagonisti politici del mondo comunista polacco. Secondo Jerzy Antkowiak rendere eleganti dei personaggi il più delle volte sciatti come i dirigenti comunisti era spesso un'impresa ardua. Le sfilate di moda affascinarono il pubblico che vi assisteva. L'erede della Grabowska ne aveva creato un vero spettacolo, con musica di sottofondo e modelle in abiti trasparenti che richiamavano le sfilate parigine di Yves Saint-Laurent. Secondo Antkowiak, i dirigenti del POUP che sedevano in prima fila alle sfilate desideravano una sede di *Moda Polska* di fronte al proprio ufficio. Gli abiti prodotti dalla *Maison* di Stato conquistarono molto velocemente le passerelle delle capitali del mondo comunista, con una propria autonomia. E più la moda rappresentava un modo tutto polacco di vestire e si diversificava dalla sovietica, più diventava simbolo dell'identità nazionale. Prima di cessare il proprio compito, la *Maison* aprì dozzine di sedi nei principali centri industriali e culturali del paese e riuscì a esportare le sue collezioni in Finlandia, nel Regno Unito e nella Germania ovest grazie al lavoro di collaboratrici molto versatili e creative. Ewa Wiśniewska, Ewa Maria Morelle, Krystyna Mazurówna, Beata Tyszkiewicz, Monika Dzienisiewicz-Olbrychkska furono stiliste, attrici, pittrici, coreografe, modelle provenienti da diverse stratificazioni sociali assurte in poco tempo nella società polacca al ruolo di icone di femminilità, eleganza e stile e di paladine della libertà di espressione, manifestata attraverso vestiti aderenti e sensuali, colori vivaci, accessori audaci. Ewa Wiśniewska era conosciuta come la Brigitte Bardot polacca. Attrice versatile, lavorò nel cinema e nel teatro anche come costumista; amava i colori ed era solita tingere il *cretonne* di mille tinte; adattava secondo il suo gusto i capi di abbigliamento e le stoffe già nel periodo studentesco. Modificava anche le scarpe, sempre aggiungendo colori e adattandoli alla sua predilezione per la luminosità. Indossò in più occasioni costumi di scena da lei ispirati o creati; l'aspetto che più l'attrivava del vestire era il potere della creazione, della sperimentazione. Campionessa anche lei dell'inevitabile riciclaggio creò abiti da sera con cotone per pannolini, indossava camicie di pizzo e gonne a balze fatte con abiti appartenuti a sua nonna. Ovunque andasse era testimonianza di un desiderio e di

uno stile di vita totalmente differente da quelli proposti e imposti dal governo. La medesima testimonianza dava Krystyna Mazurówna che ai talenti di ballerina e coreografa univa quelli di costumista. Anche lei estrosa esperta dell'arte del riciclaggio, disegnava costumi per i suoi ballerini. L'appartenenza a più mondi uniti dal filo conduttore dell'arte consentì una commistione di generi, di stili che diedero maggior slancio e risonanza alle creazioni delle personalità che gravitavano nell'orbita di *Moda Polska* e *Telimena*. L'aristocratica di nascita Beata Tyszkiewicz, oltre a essere una diva del cinema, debuttò con *Zemsta* (Il Risveglio) di Antoni Bohdzieczewicz, era dotata di un'eleganza naturale che si diceva fosse stata ereditata dal padre che aveva partecipato all'insurrezione di Varsavia nel 1944 vestito con un completo di flanella e calzando dei guanti di pelle. La madre era sarta in un negozio di *Telimena*. Beata Tyszkiewicz si avvicinò alla moda durante gli studi presso la scuola statale superiore di teatro a Vienna. Donna estroversa e pure lei esperta di riciclaggio indossava anche collane di fagioli dipinti al posto delle perle. Preparava spesso da sé gli abiti con cui frequentava i festival internazionali del cinema.²⁶ Monika Dzienisiewicz-Olbrychsk fu un'altra attrice molto sensuale e dotata di grande personalità. Amava il *tweed* e un sarto di Łódź le cuciva i vestiti per i quali lei traeva ispirazione dalle riviste francesi, dai viaggi all'estero e da quelli indossati dalla modella inglese Twiggy. Coco Chanel distingueva tra moda e stile, la prima era destinata a mutare il secondo sarebbe rimasto. *Moda Polska* riuscì a crearlo e a farlo sopravvivere nonostante le difficoltà imposte da un sistema produttivo rigido e dalla scarsità di materie prime. A dimostrazione di quanto la moda interessasse il governo polacco, a Łódź, contemporaneamente a *Moda Polska*, investì su *Telimena Casa di Moda*, all'interno della quale Ewa Maria Morelle Frykowska si ispirerà alla Bardot e alla Hepburn completando i propri abiti con la bigiotteria per lei progettata dagli studenti dell'Accademia di Belle Arti. La *Maison* di Łódź avrebbe aperto negozi in tutta la Polonia producendo in particolare abbigliamento per le aziende e per l'esercito e fu nota anche per avere le modelle più belle e, assieme a *Moda Polska*, contribuì all'esportazione del gusto e del *design* polacco nell'Europa occidentale e nei paesi comunisti. Il COMECON, creato nel

²⁶ A. L. JANAS, *Elegantki: Moda ulicy lat 50. i 60. XX wieku*, Lesko, 2014.

1949, regolava i rapporti economici e commerciali tra i paesi comunisti e aveva stabilito un principio di divisione del lavoro, dei compiti, tra i membri e pur rispondendo ai criteri rigidi dell'economia pianificata esisteva un margine di competitività commerciale e in questo ristretto margine si inserirono le due *Maison* in occasione della presentazione a Mosca nel 1961 delle nuove collezioni. Le crisi polacca e ungherese degli anni Cinquanta con le proteste e gli scontri di Poznań e la tentata rivoluzione ungherese del 1956 avevano portato all'allentamento del rigido sistema economico dell'area comunista e all'aumento della possibilità di commerciare. La ricaduta per l'economia polacca fu positiva e l'esportazione di materie prime fu superata da quella di prodotti manifatturieri, soprattutto nel settore tessile e dei capi d'abbigliamento fatti a mano. La quasi totalità della produzione era destinata all'Unione Sovietica, ma ciò nonostante e considerando la relativa attendibilità delle statistiche sovietiche la percentuale di esportazione polacca copriva una fetta ridotta dell'enorme mercato dove i principali esportatori del settore dell'abbigliamento erano la Cina (44%), la Bulgaria (24%) e la Repubblica democratica tedesca (14%).²⁷ *Moda Polska* e *Telimena* avevano iniziato da poco la loro attività e compresero subito che avrebbero dovuto adeguarsi al gusto sovietico, sottolineando così le differenze tra la moda di Varsavia e quella di Mosca. La creazione di nuove linee disegnate apposta per il pubblico sovietico anche dalle piccole e medie imprese del settore ebbero un buon successo e diedero a queste ultime uno sviluppo - nel tempo consistente - grazie anche al deterioramento dei rapporti politici tra URSS e Cina e all'incapacità del settore tessile bulgaro di raggiungere il livello tecnico polacco, mentre la Germania orientale restava un competitore importante per la moda polacca poiché, come quest'ultima e a differenza degli altri membri del COMECON, poteva avvalersi di contatti con l'Europa occidentale e beneficiare di flussi commerciali con questa.²⁸ Fu consentita la contrattazione del prezzo della merce, le trattative risultavano comunque complesse e non equilibrate in virtù

²⁷ M. OIVA, *Selling Fashion to the Soviets; Competitive Practices in Polish Clothes Export in the early 1960s*, London, 2014, pp.71-74.

²⁸ ID., *Telimena in Moscow 1961 - Polish Marketing in the USSR. Examining Polish Export Practices to the Soviet Union*, Cambridge, 2012.

della posizione di forza dell'URSS derivata dalla dipendenza della Polonia dall'energia a basso costo acquistata da Mosca. Di conseguenza, non si giunse mai a un guadagno consistente, non potendo innalzare i prezzi, pur realizzandosi una complessiva situazione di maggior benessere degli addetti del settore. Ma la penuria di investimenti e materie prime condizionò l'aumento dei livelli di produzione. Il ruolo dei piccoli produttori polacchi fu altresì determinante in quanto furono gli unici in grado di sottrarsi al ferreo controllo sovietico, motivo per cui le grandi organizzazioni dei lavoratori del settore non riuscirono mai ad affermarsi in senso competitivo. Le organizzazioni minori, al contrario, risultavano addirittura più forti in termini di potere contrattuale rispetto alle corrispettive imprese sovietiche, a causa della frammentazione del sistema del commercio estero sovietico.²⁹ Con la destalinizzazione e il parziale allentamento del controllo sulla società in URSS, l'atteggiamento nei paesi comunisti mutò aprendosi alla moda che avrebbe potuto trasmettere un messaggio di pacificazione. La difficoltà stava però nel volere inserire i mutamenti all'interno di un sistema centralizzato, nel volerli comunque controllare, oltre alla difficoltà del sistema produttivo a modularsi velocemente su una nuova realtà. Alla fine degli anni Cinquanta e nei primi anni Sessanta, il tentativo di cambiamento a Mosca si avviò verso il tramonto, ma nel frattempo qualche novità c'era stata e se non ebbe i frutti sperati nell'area comunista, in Polonia, dove lo stile polacco - come si è detto differente da quello sovietico - era radicato, ne rafforzò le basi. I congressi annuali della moda comunista si tenevano già dal 1949 e in ognuno di essi era rappresentata una accattivante versione della moda ufficiale che riproponeva maniere differenti di celebrare una rigida costruzione ideologica che evidenziava la correttezza del modo di vivere dell'uomo nuovo sovietico al quale gli altri paesi avrebbero dovuto ispirarsi. Mentre i paesi comunisti dell'Europa orientale avevano accettato la visione sovietica rifiutando ufficialmente la moda occidentale, in Polonia la situazione era diversa proprio per la presenza di una "moda parallela". L'abito sovietico funzionale aveva avuto circa venticinque anni in più per attecchire rispetto alla sua versione nelle repubbliche comuniste europee. Apparentemente diretto a un'unica

²⁹ Op. cit., M. OIVA, *Selling Fashion to the Soviets*, pp. 75-77.

classe avrebbe dovuto soddisfare tutte le esigenze delle donne lavoratrici e sarebbe stato il frutto di una seria ricerca scientifica e tecnica, ma era un abito che aveva uniformato nel grigiore e non aveva soppresso il desiderio di abiti diversi. Qualcosa era comunque cambiato. A Christian Dior che era stato demonizzato e insultato come espressione della società capitalista, decadente e corrotta, fu concesso di presentare le sue collezioni in URSS e nel 1959 le sue modelle sfilarono a Mosca, segnale che il periodo staliniano era in corso di chiusura e che il mondo sovietico ormai voleva dialogare con quello occidentale. Nel 1966 la *Maison Dior* sfilò a Praga e nel 1967 si svolse nella capitale sovietica un festival internazionale della moda con collezioni dell'Europa orientale e occidentale. Coco Chanel fu riconosciuta come migliore stilista del momento, ma il premio per il miglior abito fu assegnato alla *designer* Tatiana Osmerkina per un abito chiamato Russia nel tentativo di arginare le tendenze giovanili verso la moda occidentale e il substrato di insoddisfazione che stava alla base. La moda polacca accompagnò la nascita della subcultura dei *Bikiniaze* e nel '68 avrà un ruolo importante nella protesta contro il "sistema". Alta moda e subcultura uniranno istanze diverse in una contestazione al regime fatta con modi differenti, ma accumunata dal dissenso all'ordine costituito, un'affermazione identitaria fatta di originalità e di avversione al modello sovietico. Si affermava così lo stile di vita polacco che si univa ad altri fattori, come per esempio il fortissimo legale con il cristianesimo cattolico, o la trazione ribellista contro il potere costituito, o il forte legame con la storia, la memoria, che aveva visto la grandezza della Polonia. La moda aveva consentito l'affermazione dell'identità polacca con la sua volontà (e capacità) di differenziarsi dal modello sovietico in una società come quella comunista in cui il modo di vestirsi intendeva esprimere la necessaria funzionalità e sobrietà degli abiti nello svolgimento del lavoro, accentuando anche così lo schema di una dottrina che si voleva perfetta.

Sitografia

<https://fashion-history.lovetoknow.com/fashion-history-eras/communist-dress>.

www.angelasancartier.net

<https://culture.pl/en/article/fashion-lessons-from-communist-poland>