

TRIMESTRALE DI CULTURA STORIA e TRADIZIONI
DEL CIRCOLO CULTURALE LOMELLINO GIANCARLO COSTA

IL VAGLIO

Anno 17 - Numero 3

Luglio - Settembre 2021



Con il patrocinio di:



CITTA' DI MORTARA

Sommario

- 3 Questione di stile
Marta Costa
- 4 Luci ed ombre del fenomeno "moda"
Maria Forni
- 6 La Grande Rovra nella Selva oscura
Graziella Bazzan
- 7 Il costume secondo Leopardi
Vittorio Orsina
- 9 Omaggio a Coco Chanel
Nadia Farinelli Trivi
- 11 L'impronta del ventennio fascista nell'abbigliamento femminile
Graziella Bazzan
- 13 Chino Bert: prima stilista... e poi sacerdote
Fausto Piuma
- 15 Amarcord... Mortara vendeva Moda
Sandro Passi
- 17 La magia delle notti al Teatro Vittorio Emanuele
Lucrezia Zandon
- 18 Cosa vuoi fare da grande? L'influencer
Marco Trivi

Perfida ladra

*In sogno mi apparisti
In bianco vestita,
come sposa felice
nel giorno delle nozze;
la tua veste è
come la mia vita:
bianca nel bianco.*

*In sogno mi apparisti
di rosso vestita,
come sole splendente
allo spuntar del dì;
la tua veste è
come il mio cuore:
fiamma su fiamma.*

*In sogno mi apparisti
di nero vestita,
come cupa notte
amica dei nemici;
la tua veste è
come la mia sorte:
nera su nero.*

*Il sogno finì
o bellissima donna.
Sei perfida ladra.
Hai rubato il mio cuore
celandolo non so dove;
mi tieni in ansia!*

Giancarlo Costa

(Ombre d'amore -1966)

IL VAGLIO

**TRIMESTRALE
DEL CIRCOLO
CULTURALE LOMELLINO
GIANCARLO COSTA**

RIVISTA DI CULTURA STORIA E TRADIZIONI
Anno 17 - Numero 3
Luglio - Settembre 2021
*

Reg. Trib. di Vigevano
n. 158/05 Reg. Vol. - n. 1/05 Reg. Periodici
*

**Direttore responsabile
Marta Costa**
Elenco speciale Albo professionale
dei Giornalisti di Milano
*

Coordinamento
Sandro Passi
*

Progetto grafico
Luigi Pagetti
*

La collaborazione è a titolo gratuito
*

Editore
Circolo Culturale Lomellino
Giancarlo Costa
via XX settembre, 70
27036 Mortara (PV)

INFO: 0384.91249
marta.costa@circoloculturalelomellino.it
www.circoloculturalelomellino.it
*

Stampa
TIPOGRAFIA SAGITTARIO
via Malignani, 7 - 30020 Bibione (Ve)
*

Copertina
Anni '50 - Giancarlo e Tecla



Questione di stile

di Marta Costa

Le mode cambiano o siamo noi che cambiamo? Da piccole, le bambine imitano la mamma indossando le loro scarpe, i vestiti lunghi, le collane, gli orecchini. Poi si diventa ragazzine e tra amiche ci si veste uguali, magari copiando attrici o cantanti. Crescendo arrivano le scelte che cercano di esibire un gusto personale, personalizzando qualcosa che si addica al corpo, per cercare di stare bene con noi stesse. Sì, bisogna saper scegliere, magari anche azzardare, ma non eccedere(!). Però non seguire la moda... è proprio impossibile.

E allora la moda è ancora di moda? Certamente! La moda è stata - è "sempre" stata - di moda. Qui, in un territorio di provincia (più recettivo rispetto alle grandi città) come in realtà più metropolitane. Oggi, e nel tempo che fu. Sul domani... non v'è certezza. Ma lo sarà presumibilmente ancora. Si può partire dalla foglia di fico, tradizionale underwear di Adamo ed Eva, per arrivare a modernissime esuberanze spesso giudicate ridicole ma che comunque lasciano il segno nell'immaginario collettivo, anche se non è detto che vengano copiate in quello che si indossa nella quotidianità.

In questo numero del Vaglio la protagonista è - l'avrete capito - la moda. Partiamo nel nostro affascinante viaggio con lo spozalizio tra costume e cultura come solo la maestria di Maria Forni riesce a esprimere. E in un lasso storico molto ampio

passiamo da Dante a Leopardi: Graziella Bazzan ci relaziona su una poco nota Grande Rova portando il mantello del Sommo Poeta, e il giovane (nuova entrata) Vittorio Orsina racconta un dialogo tra Moda e Morte scritto proprio da Giacomo Leopardi nelle Operette Morali. Nadia Farinelli Trivi traccia una iconica biografia: Coco Chanel; ancora la Bazzan ci porta alle restrizioni che le donne dovevano subire ai tempi del Duce: pensate che erano praticamente vietati i pantaloni! Fausto Piuma propone ai pavesi che non lo cono-

scono un grande stilista europeo del secolo scorso, mai sentito nominare da queste parti, ma nativo di Pavia, tale Chino Bert. Marco Trivi chiude il nostro trimestrale con l'ultima professione legata al mondo dell'immagine: quella dell'influencer.

Per gli amanti delle storie locali c'è un amarcord di Sandro Passi sui negozi mortaresi degli ultimi decenni e le loro sfilate (tante!) che hanno animato le serate vogue di questa piccola realtà. Magia d'altri tempi coi balli al Teatro Comunale e le mises delle dame di una affascinante Mortara indimenticabile nel pezzo di Lucrezia Zandon, altra nostra nuova firma.

Lei, per motivi anagrafici, non ha potuto vedere ciò di cui ha scritto, ma quando il fascino è fascino... anche i più giovani lo subiscono. E allora che si accendano i riflettori: la sfilata va in scena. Buona lettura.



Ballo in Teatro, Capodanno 1967

Luci e ombre del fenomeno “moda”

Un dibattito antico e nuovo in rapporto con l'evoluzione della società

di Maria Forni

*Io non faccio la moda. Io sono la moda.
Coco Chanel*

“M”oda” dal latino *modus* (attraverso il francese *mode*): è dunque un termine di lunga tradizione, connesso etimologicamente con il modo di essere, di apparire, con gli interessi e i desideri delle persone. L'ambito forse più immediato e visibile nel quale si utilizza il lessema è quello dell'abbigliamento, degli strumenti con cui ci si riveste non solo per necessità, ma anche per offrire all'altrui vista e opinione l'immagine desiderata di sé. Seguire un certo stile di abbigliamento è stata una tendenza della società già nei tempi antichi: basti pensare ai mosaici bizantini della Chiesa di San Vitale a Ravenna, soprattutto al pannello raffigurante il corteo dell'imperatrice Teodora, in cui le matrone della corte, eleganti e ieratiche come in una sfilata di moda, portano abiti di fluida morbidezza con disegni floreali dal cromatismo delicato, tutti con la stessa linea, ma diversi l'uno dall'altro nei particolari, come vuole la moda tuttora. Si è soliti però ritenere, dal punto di vista storico, che l'osservanza della moda come consapevolezza della sua sostanza e della sua necessità all'interno di uno status sociale inizi con il Rinascimento, per poi esplodere in una superficiale e artificiosa grandiosità nel secolo XVII. La centralità è alla corte di Parigi, mentore il Re Sole, che induce così l'aristocrazia, esautorata di ogni reale potere politico, a collocarsi in una dimensione cortigiana in cui l'osservanza della moda diviene ossessione e quasi unica preoccupazione. La moda, a un tempo seguita o osteggiata, è quindi da secoli alla ribalta sulla scena occidentale, attraverso i vari cambiamenti, che rinnovano la forma, non la sostanza della questione. La moda costituisce dunque l'oggetto di un eterno dibattito: da un lato coloro che l'accusano di stravaganze, capricci e futilità, ritenendola segno dell'inco-

stanza e della fragilità della natura umana, che si avvale dei continui cambiamenti della moda per soddisfare un insanabile desiderio di apparire e di distinguersi e per essere al centro del proprio gruppo sociale. Una corrente di pensiero contraria ne considera *gli eccessi come espressione del dinamismo giovanile e i cambiamenti come caratteristica di una società in rapida evoluzione e continuamente rinnovata al suo perpetuo movimento.* (Olivier Burgelin). Comunque la si pensi, è evidente che la moda si manifesta come rappresentazione simbolica di diverse concezioni della vita e della evoluzione generale delle idee.

Un fenomeno di tale portata e di tale suggestione non poteva certo essere trascurato dalla narrazione letteraria, così come la moda fornì da sempre ispirazione alle arti figurative, soprattutto alla pittura. La letteratura si occupò della tematica in argomento soprattutto dal secolo XVIII, sia attraverso il dibattito delle idee sia nella trasfigurazione poetica e romanzesca. Del resto il '700 fu un secolo particolarmente interessato alle fogge e agli stili, nei frequenti mutamenti legati alle innovazioni del pensiero politico, scientifico, sociale. Giuseppe Parini, poeta lombardo vissuto prevalentemente a Milano, si segnala per la sua concezione della poesia come rappresentazione dei costumi di una società aristocratica nella sua decadenza morale e politica, su cui si abbatte una severa critica resa più viva ed efficace dalla sagacia e dalla eleganza dell'ironia. Il protagonista del poema *Il Giorno, il Giovine Signore*, non identificato con un nome perché incarna il tipo della sua classe, vive solo per feste, balli, pranzi e per il lusso dell'abbigliamento e degli accessori: per la moda, insomma, e alla *Moda* il Parini dedica appunto la sua opera. Il motivo principale della

scelta della “dedicataria” sta nella caratteristica universalmente riconosciuta come tipica della moda, ossia la sua continua tendenza al cambiamento, che mette in fuga la noia e attira *la nostra brillante gioventù*, contrapposta ai *malinconici vegliardi e al pedante Buon senso*. Il Parini manifesta con una forma di apparente ironica leggerezza la sua condanna per l'eccessiva importanza che i capricci della moda rivestono nella vita della “gioventù dorata” dell'epoca.

A te, vezzosissima dea,...a te sola questo piccolo libretto si dedica e si consacra.

Una rappresentazione dell'ossessiva presenza della moda soprattutto nella vita dei giovani appartenenti alla “buona società” si trova in varie



Moda del primo Novecento

commedie di Carlo Goldoni, ma soprattutto nelle *Smanie per la villeggiatura*: la trama ruota intorno agli espedienti a cui ricorrono alcune famiglie squattrinate per andare comunque in villeggiatura nella campagna veneta, secondo la moda, che non ammette deroghe, pena la perdita della reputazione. Ma molto spazio occupa nella vicenda anche la necessità assoluta, da parte delle protagoniste femminili, di indossare per la villeggiatura un nuovissimo abito venuto da Parigi, chiamato *mariage*. Senza il nuovo modello non varrebbe la pena di andare in villa, forse neppure di vivere: quando sembra che una di loro non riesca ad averlo, la sventurata afferma che preferirebbe una malattia. La pur bonaria - ma acuta - ironia goldoniana, nell'ambito di un'atmosfera comica e vivace, conduce a una visione senza sconti nei confronti di una società che non sa andare oltre l'inutile superficialità delle apparenze.

In questa diffusa e assillante preoccupazione dei nostri villeggianti per le convenienze si inserisce come caso particolare la mania

vestimentaria: seguire la moda non è un semplice capriccio, o segno di frivolezza, ma un altro modo di “sentirsi in regola”. (Franco Fido).

Se la letteratura del secolo XVIII e oltre ha segnalato con ironia gli aspetti più paradossali e ridicoli della moda seguita acriticamente, la narrazione storica del periodo tra fine ottocento e novecento ha privilegiato un altro punto di vista, complici la filosofia positivista e il mito del progresso. Si è visto infatti l'aspetto economico della produzione degli oggetti della moda (abbigliamento e non solo): il proliferare di aziende produttrici di elementi richiesti da un sempre più vasto numero di consumatori è fonte di ricchezza e benessere per tutti coloro

che a vario titolo sono coinvolti da tale attività. Anche la stampa contribuisce all'affermazione dell'“oggetto di moda”, con la pubblicità e non mancano i romanzi che descrivono le varie forme di abbigliamento e le svolte sociali, che vanno di pari passo con l'incessante innovazione negli stili. I mutamenti della moda sono legati anche all'allargamento dei fruitori, che passano dalla classe aristocratica a quella borghese e infine anche alle classi lavoratrici. Non è certo un caso se un grande scrittore naturalista, Zola, scrive nel 1883 un romanzo, *Au bonheur des dames*, in italiano *Il paradiso delle signore*, epopea del progresso economico e del passaggio dalle sarte della buona borghesia ai grandi magazzini, nuovo sogno della conquista della moda. L'attualità del tema è testimoniata dalla fiction ispirata al romanzo e trasmessa proprio ai nostri giorni, che hanno ormai visto la produzione dei vari oggetti della moda come una voce fondamentale del *made in Italy*.

Un ultimo risvolto del tema: la moda ha segnato e favorito l'autonomia e l'indipendenza della donna, mutandone in meglio la condizione economica e sociale: proprio diventando stiliste famose, protagoniste della creazione di sempre nuovi codici di abbigliamento e segnandone le svolte più significative nell'adattamento alle diverse esigenze femminili, molte donne hanno trovato la via per l'affermazione di sé nel panorama di una società rinnovata, uscendo da una condizione di inferiorità per affermare la propria piena dignità di persona e di parte attiva della vita sociale.

La Grande Rovra nella Selva oscura

Storia, botanica e arte ... legate all'Inferno di Dante

di Graziella Bazzan

Ricordiamo Dante come lo abbiamo conosciuto attraverso i testi scolastici: con la corona d'alloro sul capo, un abito lungo fino ai piedi con maniche aderenti, stretto in vita da una cintura di cuoio e sopra la guarnacca, una specie di mantello a maniche larghe, di lana per l'inverno, di seta per l'estate, calzamaglia e stivali di cuoio ai piedi.

Come soprabito indossava il celebre lucco, chiuso al collo da due grossi ganci, con pieghe che cadevano fino a terra, aperture laterali per lasciare passare le braccia e un lungo cappuccio a punta chiamato becchetto. Infilava sul capo una "cofia" bianca da cui scendevano due bende chiamate il focale che potevano essere portate sciolte o chiuse sotto il volto incorniciandolo. Avevano due finalità; dare un certo tono al viso e preservare l'udito.

Viene da sorridere immaginandolo così agghindato mentre si arrampica su di una quercia per orientarsi, ma per gli abitanti del Polesine l'esperienza dello smarrimento nella "Selva oscura", è stata effettivamente vissuta dall'Alighieri nelle campagne di Rovigo nel 1321, e qui storia e leggenda si mescolano. Pare proprio che Dante nell'estate di quell'anno, rientrando da Venezia, si smarri nell'intrico di acque e boschi che all'epoca ricopriva l'intera area e un'enorme quercia della foresta originaria della Pianura Padana lo salvò; per orientarsi il Sommo Poeta decise di arrampicarsi su quel monumentale esemplare di *Quercus robur*, la "Grande Rovra" (quercia o farnia) che dominava l'argine del Po di Goro, nei pressi della chiesa di San Basilio.

Era citata per maestosità e altezza in un atto notarile del 1538 e data per certa la sua presenza nell'epoca di Dante. Che sia andata così non ci è dato sapere, ma nel Polesine la salvezza del Sommo Poeta grazie a questo gigante, è un dogma. Purtroppo nel 1976 venne colpita da

un fulmine e il 25 giugno 2013 cadde al suolo.

Per i settecento anni dalla morte dell'Alighieri, a Rovigo, si è data vita ad un progetto del tutto originale, dedicato alla quercia con una mostra in cui la sua memoria è stata rappresentata da una specie di reliquia delle possenti radici, opera dell'artista Miranda Greggio.

Con un'antica tecnica di pittura chiamata Frottage è stato ottenuto una sorta di sudario, il processo creativo ha catturato ogni segno della corteccia della Rovra, ricavandone un'impronta che misura venticinque metri come la quercia stessa. Alla celebrazione singolare è stato affiancato logicamente l'omaggio a Dante con un'altra mostra a lui dedicata e intitolata: Visioni d'Inferno, rievocazioni della prima Cantica affidata a tre artisti di fama internazionale: Gustave Doré, Robert Rauschenberg e Brigitte Brand.

Accanto alle edizioni preziose e antiche della Divina Commedia ha trovato spazio anche il fumetto L'Inferno di Topolino del 1949, disegnato da Angelo Bioletto e sceneggiato da Guido Martina in terzine dantesche e l'omaggio inusuale del maestro mangaka più famoso al mondo, Go Nagai.

Incredibilmente, dopo sette anni dallo schianto definitivo al suolo, la quercia è riuscita a sorprendere tutti quanti perché dalle sue radici divelte sono spuntati nuovi polloni. Le è stata riservata subito un'attenzione particolare da parte dei tecnici del Parco del Delta del Po e del Servizio Forestale Regionale che, dopo aver selezionato un giovane esemplare, lo hanno piantumato nella stessa area in cui la Quercia di Dante svettava maestosa; se crescerà e avrà la fortuna di vivere tanti secoli come la sua antenata, la nuova quercia tramanderà di generazione in generazione la storia di Dante che perdendosi nel fitto del bosco golenale, smarri la via che riuscì a trovare salendo sulla famosa pianta.

Il costume secondo Leopardi

Il dialogo tra Moda e Morte, sorelle nelle Operette morali

di Vittorio Orsina

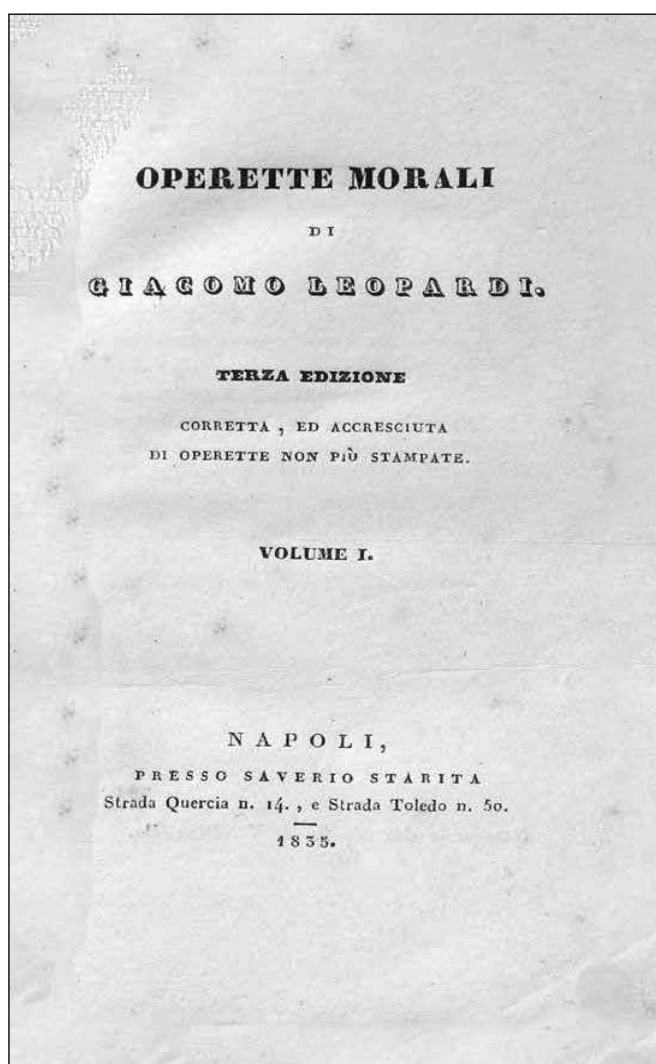
Dopo qualche anno di poesie già sublimi e di notarelle sul suo zibaldone, Giacomo Leopardi, terminata la prima stagione poetica con l'*Ultimo canto di Saffo* del 1822 e *Alla sua donna* del settembre 1823, si dedica alla stesura, come già preannunciato nel 1820 all'amico letterato Pietro Giordani (ha "immaginato e abbozzato certe prosette satiriche"), delle Operette morali.

Scritte perlopiù nell'arco del 1824, pubblicate a Milano da Stella nel 1827, dopo l'aggiunta di quattro ulteriori dialoghi, solo nel 1845 ebbero un'edizione definitiva, prima osteggiata dalla censura. Fatto eloquente che mostra il contenuto irridente e scomodo per i buoni pensatori del secolo decimonono che si destreggiavano amabilmente tra cattolicesimo intransigente, spiritualismo, positivismo e altre declinazioni del pensiero.

Un Leopardi ormai disilluso, con il suo stile caratteristico, oggettivo nel porsi tra sé, il lettore e l'argomento, evidente nella sua ironia e quasi atrabiliare di tanto in tanto per la satira feroce, seppur espressa con tanta dolcezza, nascosta tra certe righe racconta la cruda realtà materiale che sarà bene sintetizzare nell'opera della, felice espressione, "natura matrigna". Ci interessa particolarmente il dialogo che scrive tra il 15 e il 18 febbraio 1824. Breve eppure significativo. Il *Dialogo della moda e della morte*. Come si legge dal titolo, Leopardi non si limita a far dialogare uomini: ci sono, lungo le 24 operette, personificazioni come queste, come la natura, animali come il gallo silvestre, poi anche mummie e personaggi storici alla stregua di Giuseppe Parini e Torquato Tasso o Plotino e Porfirio. Il nostro dialogo si concentra su due fuochi, quasi un'ellisse. I due fuochi,

ovvero i monologhi di Moda, contengono il succo del discorso. È un dialogo metafisico. Non sappiamo né dove né quando le due allegorie si trovino e parlino. Eterei i loro contorni corporali.

Sappiamo solo che Morte non ha naso né orecchie, cieca e sorda inesorabilmente va a



Leopardi - Operette Morali - Napoli, 1835

trovare gli uomini per il convenevole trapasso. Moda ha una “vocina da ragnatelo”, bassa. E questo è significativo. Perché vuol dire che ciò che racconta agli uomini è superficiale e destinato a rimanere senz’eco per la mala leggerezza dei suoi contenuti. Leopardi ci rivela un dato sconcertante nel frattempo. Moda, infatti, imbastisce i suoi due monologhi per spiegare che Morte è sua sorella. Entrambe travolgono ogni cosa. Morte corre e Moda la



Madame de Pompadour

insegue (il dialogo inizia proprio con Morte che correndo viene supplicata di fermarsi da Moda), facendo tutto il possibile per emularla, complice vera della morte spirituale e morale dell’epoca.

Un’epoca che, avrebbe osservato amaramente il giovane Leopardi, non sarebbe terminata nemmeno dopo oltre un secolo e mezzo. Moda, figlia di Caducità insieme a Morte nel dialogo, è figlia al di fuori del racconto della modernità. Della velocità del mondo contemporaneo.

La rapidità con cui si mutano e si abban-

donano i costumi rende più visibile il modo di incedere distruttivo della morte, a cui la moda si affianca desacralizzandone il significato stesso.

Moda: “Io non vo’ dire nulla dei mali di capo, delle infreddature, delle flussioni di ogni sorta, delle febbri quotidiane, terzane, quartane, che gli uomini si guadagnano per ubbidirmi, consentendo di tremare dal freddo o affogare dal caldo secondo che io voglio, difendersi le spalle coi panni lani e il petto con quei di tela, e fare di ogni cosa a mio modo ancorché sia con loro danno”. Parole conclusive del primo monologo, spiegano il modo in cui essa agisce.

La moda è proprio intesa nel suo senso più materialista e probabilmente Leopardi non avrebbe potuto pensare diversamente, anche se ben sapeva che di mode del pensiero in quel momento molte ce n’erano. Ormai sempre più sprofondava nel materialismo, ancora individualista all’altezza del 1824, poi assolutamente solidale e altruista (con la famosa e felice espressione della *Ginestra* “social catena”, e nelle Operette Morali nel *Dialogo di Plotino e Porfirio*).

Più avanti nel monologo conclusivo Moda fa una rivelazione sconcertante: “Ho messo nel mondo tali ordini e tali costumi, che la vita stessa, così per rispetto del corpo come dell’animo, è più morta che viva; tanto che questo secolo si può dire con verità che sia proprio il secolo della morte”. Il secolo in cui corpo, morale e spirito giacciono sepolti senza possibilità di resurrezione. L’azione delle due sorelle è inaffrontabile. I valori sono sviliti e abbandonati, non ci sono più azioni ispirate da ideali forti. Persino la cura del corpo si è abbandonata, cedendo solamente agli istinti più frivoli e miopi.

A questo punto Moda non può che proporre un’alleanza alla sorella Morte: “Mi pare a proposito che noi per l’avanti non ci partiamo dal fianco l’una dell’altra, perché stando sempre in compagnia, potremo consultare insieme secondo i casi, e prendere migliori partitiche altrimenti, come anche mandarli meglio ad esecuzione”.

Omaggio a Coco Chanel

Indipendenza e funzionalità lo stile dentro e fuori

di Nadia Farinelli Trivi

Cinquant'anni fa moriva a Parigi Gabrielle Bonheur Chanel, in arte "Coco".

Non mi pento di nulla nella mia vita, eccetto di quello che non ho fatto.

In effetti Gabrielle di cose ne ha fatte. Forse il suo modo esclusivo e determinato di far emergere solo gli aspetti essenziali della realtà va ricondotto alla sua infanzia, che Dickens avrebbe descritto molto volentieri in una versione al femminile di Oliver Twist.

Infatti Coco nasce nel 1883 in un ospizio dei poveri di Saumur, nella Loira, da due disgraziati genitori che presto la abbandonano, insieme alla sorella più piccola, all'orfanotrofio delle suore del sacro Cuore di Maria di Aubasine, dove vige un regime duro e frugale. Coco conosce solamente gli abiti neri delle suore e quando riceve in regalo un vestitino tutto fiocchi e pizzi, lo considera un vero orrore.

È qui che Gabrielle impara a cucire e ad elaborare l'idea rivoluzionaria del tubino nero, che le ricorda l'austero abito delle suore. È qui che le vetrate geometriche dell'abbazia le suggeriscono il suo logo: due C incrociate, simbolo di una catena che l'imprigiona, ma che non può impedirle di abbandonarsi ai voli della fantasia, sognando di scappare in groppa ai leoni dipinti sulle pareti. È qui che, paradossalmente, sceglierà di prediligere solo tre colori: il bianco e nero delle monache e il beige delle pareti del refettorio. La rigida disciplina si rifletterà su quei tailleur a quadretti puri, tagliati al ginocchio e indossati con scarpe

di vernice e calzini bianchi da educanda. Belli i suoi abiti a tromba a grossi quadri, che svolazzano alla perfezione all'ondeggiare delle modelle, evocando, in qualche modo, l'andatura di una religiosa che entra in una stanza.

A diciotto anni Gabrielle può finalmente lasciare l'orfanotrofio: per garantirle un'autonomia economica, le suore le trovano un posto da commessa in un negozio di biancheria, che presto le sta stretto. Il suo spirito libero la conduce ben lontana da



Gabrielle Bonheur Chanel, in arte Coco Chanel

dove è partita e comincia ad esibirsi come cantante in un caffè-concerto, con il nomignolo di Coco, dalla canzoncina *Qui qu'à vu Coco*, suo cavallo di battaglia. Oltre a cantare, intrattiene i clienti del caffè... non solo al tavolo: scopre che in questo modo è più facile guadagnare molto denaro in poco tempo e considera questa svolta come una personale rivincita.

Diventa l'amante di uomini ricchi che la fanno sentire veramente libera, perché le

consentono di dare sfogo alla sua creatività: Coco inizia infatti a confezionare eleganti cappellini per le amiche dei suoi uomini, che stravedono per queste creazioni così semplici e lontane dalle complicate strutture che ingabbiano le loro teste. *Sii sotto-messa e piacente, graziosa e decorativa.*

Dai cappelli passerà alle maglie, poi alle gonne e infine agli abiti. Fino a quando, Arthur Capel, detto Boy, unico vero amore di Chanel, le darà il denaro per aprire la prima boutique a Parigi, in Rue Cambon 21. Anche Arthur ama profondamente Gabrielle, ma non la sposerà, per l'ampio divario sociale tra un uomo molto ricco e una ragazza poco seria di umili origini. Boy perderà la vita nel 1919 in un incidente d'auto e Coco chiuderà per sempre il suo cuore al vero amore. Oltre ai coinvolgimenti sentimentali, Coco manda definitivamente in pensione tutto il vestiario rigido della Belle Époque, liberando le donne da stecche, corsetti e crinoline, che verranno sostituiti da indumenti pratici, come le audaci magliette a righe da marinaio.

La vera eleganza non può prescindere dalla piena possibilità del libero movimento.

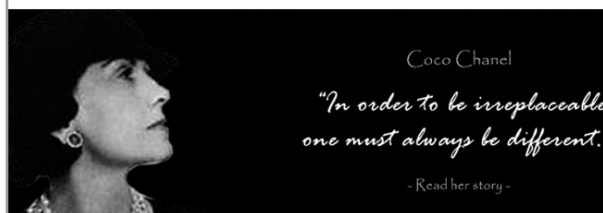
Nel 1918 Coco ha trentacinque anni e vive il momento dei bombardamenti: decide che le donne debbano essere libere di scappare quando suona la sirena, di notte, indossando il pigiama, senza dover rischiare di morire perdendo tempo a cambiarsi. A patto che il pigiama sia elegante, possibilmente di seta bianca, indossabile anche di giorno come fosse un completo raffinato: quello bordato di nero diventerà il pezzo più celebre del suo guardaroba. Solo gli abiti da sposa non le sono mai piaciuti: ha smesso di confezionarli dopo aver cucito quello indossato dalla sorella Antoinette, morta suicida poco dopo le nozze.

Nessun uomo ti farà mai sentire protetta e al sicuro come un cappotto di cachemire e un paio di occhiali neri.

A ridosso della Seconda Guerra Mondiale, Coco è già il simbolo della modernità e dell'emancipazione della donna, ma l'amicizia con un ufficiale tedesco le costa l'arresto per aver collaborato con il nemico. Solo Winston Churchill, suo caro amico, può evitarle di essere imprigiona-

ta e rasata a zero, punizione prevista per tale reato. Così Gabrielle si riprende e può dedicarsi ai suoi iconici tailleur di tweed, perfetti per sfuggire con molta eleganza a situazioni complicate, ai suoi profumi scelti dalle più famose dive di Hollywood, fatti per inebriare e confondere gli uomini sbagliati, alle borse matelassé ispirate alle giacche indossate dagli stallieri dell'ippodromo.

Coco Chanel



*"Per essere insostituibili,
bisogna essere diversi"*

Prima di morire, a ottantasette anni, il 10 gennaio del 1971, Mademoiselle fa in tempo a manifestare tutta la sua disapprovazione per la minigonna, esprimendosi, in maniera apparentemente antifemminista, contro il capo che ha rivoluzionato le prospettive della moda. Ma Coco non ce l'ha con la natura provocatoria della minigonna, che nasce come simbolo di una conquistata emancipazione femminile. Semplicemente non ama l'anatomia delle ginocchia o, per lo meno, detesta scorgere delle brutte ginocchia messe in evidenza, come non tollera *le vecchie vestite da ragazzine*. Ama invece vestire le donne con giacche impostate, fino ad allora date in dote solo agli uomini, unendo eleganza e raffinatezza al comfort e guidando una vera battaglia verso l'indipendenza.

L'impronta del ventennio fascista nell'abbigliamento femminile

Vietati i pantaloni, graditi i fianchi larghi

di Graziella Bazzan

Nel 1922, con Benito Mussolini, viene inaugurato un nuovo periodo per la moda italiana; durante il ventennio il Duce suggerisce caldamente il modo di vestire delle donne imprimendo una particolare impronta fascista, determinandone le scelte. Provenendo da una famiglia di umili origini, Mussolini detestava le ostentazioni e gli eccessi, e aveva ben chiaro il suo ideale di donna. A lui piacevano le contadine dai fianchi robusti e finché poté cercò di trasformare il recalcitrante popolo femminile in massaie rurali.

Attraverso giornali propagandistici dell'epoca, quali *Il Giornale della Donna*, *Camerate a noi* e *Il Popolo d'Italia*, tentò di instillare nelle donne il rifiuto della moda parigina, con quelle indossatrici filiformi e androgine, così lontane dal suo modo di concepire una donna e la sua femminilità. Nel 1935 fu fondato a Torino l'Ente Nazionale della Moda, un'idea realizzata quando la politica autarchica del regime puntava sulla produzione interna consolidando in questo modo, parzialmente, la nuova moda nazionalista del tempo.

Le creazioni erano esclusivamente italiane con tanto di certificato di garanzia autenticato. Il popolo doveva "consumare Italia" quindi senza le materie prime che non importavamo più, si iniziò ad usare la lanital (lana di caseina), sete e lino esclusivamente di casa nostra, cotone tratto dalle fibre di ginestra, raion, canapa e ortica. Tra il fermento per la moda nazionale si reinterpretò, in modo da renderlo meno ruvido, anche l'orbace sardo. Si cercò fortemente di evidenziare le forme floride del corpo femminile come segno di fertilità; le donne indossavano guaine elastiche per i fianchi e

reggiseno imbottito, il reggicalze si arricchì di tulle e fiocchi, le calze avevano una cucitura sul dietro per sottolineare e valorizzare le gambe (quelle dritte), le mutande presero la forma di pantaloncini ricamati con motivi che si ispiravano al regime. La sottoveste divenne un indumento indispensabile, la portavano tutte, contadine comprese, era un



Anno 1929 - L'Illustrazione fascista

obbligo igienico ma anche un indumento che dichiarava lo stato sociale di chi lo indossava: di cotone o canapa per le donne dei ceti poveri, di seta o raso per le più ricche. Le gonne si accorciarono appena sotto il ginoc-

chio, gli abiti, che dovevano aderire al corpo femminile nel modo più naturale possibile, senza comprimerlo o renderlo goffo, erano monocromatici e sobri (nero o marrone).

Rompevano la monotonia del tutto, fantasiosi bottoni come quelli a conchiglia, le sciarpe leggere, le mantelle coprispalle e i cappellini con la veletta, che davano al viso un'aria misteriosa e romantica. Nel 1935 spopolavano le scarpe con la zeppa di sughero dello stilista Ferragamo, che fecero all'epoca la sua fortuna. Poche le concessioni fatte al popolo femminile, sfruttate dal governo per un fine nazionalistico; anche la moda fu utilizzata per ridefinirne il ruolo.

Per il fascismo "l'eleganza era nettamente sfavorevole alla fecondità" e tentando di riportare le donne tra le mura domestiche, si lanciarono violente campagne per l'abolizione dei pantaloni che la privavano di delicatezza e di grazia, facendole assumere atteggiamenti contrari alla decenza e chissà perché alla maternità. Nel 1941 entrarono in vigore le tessere anche per l'abbigliamento e le riviste femminili che propagandavano le direttive del Regime, si scagliavano contro la moda del vitino da vespa, che arrivava d'oltralpe; secondo i dettami del regime alla magrezza venivano attribuiti

"preoccupanti disturbi di carattere nervoso, abbassamento della vista e deficienza mentale".

La donna che piace di più è quella che vuole il fascismo, questo veniva ripetuto come un mantra da Mussolini che insisteva sulla figura femminile di una donna severa e littoria, cosciente di essere chiamata a ben altra funzione, sposa e madre per eccellenza, il cui sommo scopo della vita era quello di procreare per dare figli alla Patria, perché è il numero che determina il valore e la grandezza della nazione.

Dopo la Prima guerra mondiale, il mondo si avviò verso la tragedia del secondo conflitto, dove si decisero le sorti di milioni di persone e le donne, non più fattrici come le voleva il regime, si rimboccarono le maniche. Indossando tute e pantaloni tanto vituperati dal regime che li definiva capi d'abbigliamento per una femminilità ridicola e da ridicolizzare, sostituendo in fabbrica e nei campi, mariti e figli partiti per il fronte. Con il passare degli anni le prospettive per la donna cambiarono, anche se lentamente, cambiarono come la loro consapevolezza, ormai trasformata e protesa ad ottenere un futuro migliore, libere di esprimere la loro femminilità anche indossando un paio di pantaloni.

REGIA PREFETTURA DELLA PROVINCIA DI PAVIA
.....
N. 06481- P.S. Pavia, li 26 giugno 1941/XIX
OGGETTO: Donne in pantaloni.
.....
AI PODESTA' e COMMISSARI PREFETTIZI della
PROVINCIA
Con preghiera di affissione all'albo pretorio rimetto copia di
una mia ordinanza con la quale si fa divieto alle donne di circolare
in pantaloni.
Gradirò assicurazione dell'avvenuta affissione.
IL PREFETTO
C. H. Vitelli
30 GIU 1941 XIX
CANT. CLAB. F. PASC. 1/12

Pavia, 26 giugno 1941

Ordinanza sul divieto alle donne di circolare in pantaloni

Chino Bert: prima stilista... e poi sacerdote

Comincia da Pavia la storia di una stella del fashion

di Fausto Piuma

Quando la moda è targata Pavia, non solo Milano o Parigi.

Occhèi: Valentino Garavani da Voghera è una firma che tutti conoscono, ma c'è un altro protagonista di casa nostra, meno noto, non meno talentuoso, che ha fatto parte del grande circo del fascino e della bellezza. Con l'eccentricità di una storia curiosa. La storia dello stilista che a un certo punto della vita si è fatto prete. Questo è il racconto di Chino Bert. Nato a Pavia nel 1932 con il nome di Gianfranco Bertolotti. Brillante studente del liceo Taramelli, stella del fashion negli anni Cinquanta e Sessanta, tra gli ideatori del primo numero dell'Uomo Vogue, sarto di Jacqueline Kennedy. E non solo...

Le sue creazioni di alta moda sono la risposta alla domanda: "che cos'è veramente l'eleganza?". Oggi il suo nome è forse dimenticato dai più, compresi gli addetti ai lavori, compresa la sua provincia di origine, Pavia. Ma Chino Bert merita di essere riscoperto. L'ha omaggiato qualche anno fa la città di Piacenza dedicandogli la rassegna "L'Eleganza secondo Chino Bert", proponendo una quarantina di figurini di haute couture realizzati per lo più per Mila Schön e le sorelle Fendi, nonché una ventina di suoi dipinti decisamente esuberanti nei colori. Ci si è resi conto, così, che quei modelli raffinatissimi, declinati in collezioni ispirate ai toni rossi, blu, arancio, e i sofisticati abiti da sposa, sono autentica espressione di genio, di

classe assoluta e di lucida visionarietà artistica, modernamente poetica.

Chino Bert (Pavia 1932 – Albenga 2012) fu uno dei massimi protagonisti della moda italiana di oltre mezzo secolo fa, un creativo a tutto tondo che, oltre a lavorare per il proprio atelier, seppe portare al successo altre maison (le già citate Mila Schön e Fendi, e poi Rina Modelli, Jole Veneziani, Pierre Cardin, Loris Abate), cimentandosi successivamente in diversi campi tangenti al mondo dello spettacolo: infatti, fu pure costumista teatrale e televisivo, giornalista e illustratore di moda (per testate come l'Aurora, l'Observer, il Queen Magazine e La Notte di Milano), docente di moda, e persino ideatore del periodico di culto L'Uomo Vogue.

Si applicò inoltre agli accessori, ai gioielli e ai tessuti.

I suoi abiti vennero amati e indossati dalle più celebri dive italiane ed internazionali: dalla first lady americana Jacqueline Kennedy, alle cantanti italiane Mina e Milva, dalla stilista Jole Veneziani, all'attrice Anna Maria Pierangeli (che egli assunse

a "musa"), dall'ereditiera Babe Paley a Marella Agnelli, e poi ancora Valentina Cortese e Maria Pia Fanfani.

Fatti salvi i suoi esordi stilistici, a soli diciannove anni, presso la casa di moda milanese Rosandrè, il suo debutto ufficiale nella fashion community italiana - allora agli albori - avvenne nel 1953, quando presentò sulle passerelle



Gianfranco Bertolotti, in arte Chino Bert

di Palazzo Pitti a Firenze un'originale collezione (la linea "Scatola") destando l'interesse di pochi, ma buoni, intenditori quali il Marchese Giorgini e la giornalista Irene Brin, che poi lo segnalano alla nota sarta romana Maria Antonelli, presso la quale in effetti Chino lavorò alcuni anni. Erano i tempi in cui i trend della moda made in Italy erano dettati da astri di prima grandezza come Roberto Capucci, Emilio Schuberth, Emilio Pucci. Tuttavia, a far emergere in pieno il suo talento fu soprattutto Maria Carita, alla guida del più rinomato salone di bellezza al mondo, in Rue St. Honoré a Parigi. Grazie a lei, Chino Bert ottenne l'opportunità di disegnare per il quotidiano di moda *Aurore* e per il mensile *Art et la mode*.

A lui, poi, si deve l'Oscar della Moda di Neiman Marcus che nel 1965 Mila Schön si aggiudicò negli Usa: dopo gli europei anche gli americani furono conquistati dalle creazioni innovative, fresche e raffinate dello stilista pavese-italiano, che con le sue linee, colori e ricami, seppe imporre il fascino di un'eleganza senza tempo, che si rifà ad un archetipo di bellezza pura, che trascende il concetto stesso di moda per abbracciare l'ideale dell'arte classica.

Fu ancora la valenza di Chino a contribuire in modo determinante al successo di una allora sconosciuta maison fondata da tre sorelle romane – Paola, Carla ed Anna – che nel 1965 gli affidarono il design della loro prima collezione di pellicce. La sfilata trionfale di Fendi guadagnò fama mondiale.

Ma come si traduce in forma e sostanza il mito dell'eleganza di Chino? I suoi abiti lussuosi, in tessuti di pregio, sono allo stesso tempo semplici, come quadri rinascimentali ma soprattutto come opere liberty, discreti negli accordi cromatici (lo stilista prediligeva il bianco), ma spettacolari in virtù di inserti floreali (grande passione per le rose), animati da contrasti chiaroscurali spesso ottenuti con alternanza di tessuti lucidi e opachi, tra geometrie perfette, e volumi ampi; poi si arricchiscono di

accessori dal notevole effetto decorativo quali velette, cuffie con ricami dorati, perle e gemme. La donna a cui guardò sempre con venerazione è sì una figura borghese, ma è soprattutto una figura angelicata, ideale, pudica, uscita dalla sua matita delicata e rispettosa nei sentimenti, quanto rigorosa nella tecnica costruttiva.

Dopo un viaggio a Hollywood nel 1973,



La moda secondo Chino

scompare dalle scene. Si saprà più tardi del suo ritiro nel monastero benedettino di Santa Scolastica a Subiaco, nel Lazio. Viene ordinato sacerdote il 7 settembre 1974 e Chino diventa don Franco, tornando a usare il suo nome di battesimo Gianfranco, seppur abbreviato in Franco.

Negli anni '90 comincia a dipingere. Salta con la maestria che gli è propria dal figurativo all'astratto, all'informale, sul filo di una tavolozza sempre ricca di colore e di suggestioni, spesso illuminata da colpi dorati. Ma pare che non cessi comunque mai di dedicarsi anche, seppur part-time, alla moda. Don Franco-pittore sceglie con fermezza di diventare un "artista di Dio", intuendo forse che solo in Lui poteva trovare la vera bellezza e la bella verità.

L'ultimo omaggio conosciuto al maestro è stato quello della città di Piacenza nel 2015 con una importante mostra, realizzata da un grande critico d'arte, dove sono stati esposti figurini e dipinti, è stato prodotto anche un catalogo. Non ci risulta - purtroppo - che la sua città natale, Pavia, si sia mai prodigata per valorizzare il ricordo di un illustre cittadino.

Amarcord... Mortara vendeva Moda

Immagine e costume locale negli ultimi decenni

di Sandro Passi

In provincia nascono le mode? In provincia le mode attecchiscono prima che in città? Siamo su un discorso tipo l'uovo e la gallina. Chi è nato prima? Certo è che in provincia la moda ha dimostrato di avere il suo bel perché. A Mortara e in diversi altri grandi Comuni di questo territorio negli ultimi cinque o sei decenni (più indietro non so perché non ho l'età per saperlo) ha avuto un ruolo di primo piano nella vita sociale risultando protagonista di eventi popolari. Senza mai scimmiettare Milano o i senatori della couture: semplicemente esibendosi in strada per fare spettacolo, e naturalmente per fare promozione delle attività locali che la vendono. È proprio su Mortara che imposterei un personalissimo amarcord.

ANNI SESSANTA E SETTANTA. Con le mannequin professioniste sfilano fuori dai loro negozi il Vest Ben, il Blu Market e L'Eleganza di Canepari. Generalmente nei giorni della Sagra del Salame d'Oca.

Nel 1968 (seconda sagra) la presentatrice è addirittura Mariolina Cannuli, una celebre annunciatrice Rai dell'epoca. Mike Bongiorno e la Pellicceria Annabella al mobilificio Spazio dei Fratelli Bottazzi segna un evento fascinoso e mai superato nella storia locale: posti prenotati, folla da grande occasione, gadget tipo ombrelli, occhiali, foulard, faldoni illustrati dati in omaggio agli spettatori. Robe da strappare di mano! (Sagra 1975).

ANNI OTTANTA. Scoppia il boom. Si inventa una nuova moda, quella del fai da te. Nel senso che le fredde modelle d'agenzia vengono sostituite da bellezze locali, di solito clienti affezionate, che comunque rappresentano le ragazze più carine o in vista della città.

L'inventrice di questo nuovo sistema è la Giovanna Pollini che fa per anni una sfilata

interna alla Boutique Giò con dei pienoni incredibili e ottenendo dei risultati di vendita straordinari, tra le modelle stesse, le loro famigliari, le loro amiche o nemiche che vogliono magari dimostrare di essere un gradino più in alto come eleganza.

A seguire, il Ricettacolo di tale Sandro Passi - che scrive il racconto che state leggendo - spara ogni domenica della Sagra, in via Roma, delle surreali vetrine viventi che



Il palco dell' Hollywood

arrivano a bloccare l'intero traffico pedonale e a disturbare il passaggio anche alle bande e alle majorette (non del corteo storico, a quell'ora - almeno - ci si ferma...). Dagli interni si passa all'esterno con la new wave

delle modelle made-in-Mortara.

Alla gelateria Hollywood in piazza a San Pio X è ancora il Ricettacolo che crea l'evento di primavera per l'apertura della stagione dei gelati con delle passerelle lunghe anche due ore e sceneggiate come se fossero piece teatrali. A breve seguirono tutti o quasi tutti i colleghi che avevano capito che... Mortara-vende-moda.

Sfilate all'aperto, personali o collettive, con spiccata preferenza per la settimana dell'Oca firmate da: Massimo Ricci, Mary Bart, L'Angolo, Tutto Sport (nelle piazze Silvabella, Monsignor Dughera, Municipio), Federica pronto moda (in viale Parini, conduzione addirittura di un emergente Linus, da radio DeeJay), Marco moda giovane (in piazza Giovanni XXIII). Personali o collettive, tutte con il comun denominatore che sulle modelle/i che compongono il cast si risparmia evitando le agenzie, preferendo la bella gioventù indigena: si ottiene così un valore aggiunto inestimabile perché

sono queste/questioni che portano il pubblico del paese, che poi è il potenziale acquirente.

OTTANTA BIS. Il gran varietà del sabato sera dell'Oca è appannaggio dei negozi sotto ai portici dell'Edra (boutique Edra, la pellicceria Daidue, la camiceria Mariangela e Burei Moda Giovane, spostato di pochi numeri civici). Con palco in mezzo al corso Garibaldi e platea ai due lati come nei defilé professionali. Questi sono scintillanti, glamour, e tra i pochi a utilizzare delle professioniste. Organizza e presenta Roberto Frigerio.

Un grande maestro!

ANNI NOVANTA E DUEMILA. Altri

nomi che hanno seguito la moda della moda con il cast di indossatrici e indossatori presi in famiglia: Maré e Alessandra, presentate dal Nando Pucci Negri in quella che probabilmente fu l'ultima apparizione pubblica nella sua città natale. E poi ancora Il Calzettaio, Note Intime, Corredo In, S&K, Glam, Benetton, Peperino, Venti Settembre,

Teorema, Casa della Lana, che ha aggiunto in passerella anche la fiorista Bertola, il colorificio Ciccio e il negozio di confetti che aveva accanto.

Dalle più recenti notti mortaresi prima delle limitazioni create dal lockdown si segnala un'ultima sfilata della Giò al Polo (con la compianta Angela Pollini), un negozio, credo brevemente svanito nel nulla, di abiti usati per bimbi ha fatto "immagine" in una serata di karaoke del maestro pianobarista Mauro Starone, e - per concludere - la pro-

secuzione del fashion-fai-da-te di Massimo Ricci durante i Tri Pas In Piasa intorno ai tavoli dei commensali dell'Antica Macelleria Rossi: bistecca ai ferri e maglietta griffata.

Mi è piaciuto nominare il maggior numero di attività che si sono spese nel tempo per fare di Mortara una piccola patria del fashion, probabilmente ho dimenticato qualcuno e chiedo scusa: questo comunque non è un pezzo di pubblicità (tanto più che certe aziende di quelle citate sono chiuse da parecchio) ma soltanto di ricordi e di analisi sociologica pop. Molto pop. Ma la moda... "deve" essere popolare.



Le sfilate del sabato sera della Sagra



La magia delle notti al Teatro Vittorio Emanuele

Tempi d'oro della bella gioventù nella Mortara di un tempo passato

di Lucrezia Zandon

L'emblema del costume della prima metà del Novecento di Mortara era il Teatro Vittorio Emanuele. “La piccola Scala”, così è sempre stato definito: un teatro non solo di opere ma di storie umane, di Lomellina, anche del Milanese, un teatro di moda.

Edificato nel 1845, diventò ben presto il centro culturale, di attività e di mostra sociale per un ampio territorio. Qui ci sono storie di tessuti indossati da signore, ragazze, uomini e signorotti.

Ognuno di loro trovava il centro dell'attenzione con gli abiti, passando dal dehor in pilastri bianchi dove le signore scendevano dalla macchina facendo notare prima la scarpetta anticipatrice del completo a cui era abbinata. Questi “gioielli” erano confezionati da ben poche sarte, che ricordano benissimo il periodo d'oro.

Le sarte all'altezza del compito venivano ingaggiate un anno prima dei grandi eventi mortaresi come il veglione di Capodanno e il sabato di carnevale. In quei giorni la scena e i riflettori erano tutti per gli abiti fatti di ricchi tessuti che, in alcuni casi, provenivano da Como, il più alto centro del tessile in nord Italia. I tessuti difatti venivano recuperati dalle stesse sarte e non erano di competenza delle famiglie che li pagavano, creando così un rapporto di rispetto e fiducia in entrambe le parti.

Ogni sarta aveva circa tre o quattro famiglie a cui badare, un impegno serio che eguagliava quello della haute couture. Stiamo parlando del classico abito che rifletteva la moda del momento, a cui bisognava porre attenzione sui tagli e le cuciture, rispettare le esigenze e le richieste date ma anche il tem-

po e la moda che correvano e evitare degli sgraditi doppioni.

I vestiti, di lunghezza midi fino a sopra la caviglia, erano accompagnati rigorosamente dalla scarpa creata su misura e lavorata con la stessa stoffa dell'abito, con il tacco alto. Le ragazze erano tutte accompagnate dalla madre nei rispettivi palchi mentre il bar era pieno di risate dei ragazzi della Mortara bene, vestiti rigorosamente in smoking.

Gli abiti, nonostante servissero solo per una sera, per non essere sgualciti si accompagnavano sempre con la famosa borsa di ricambio che le madri portavano con sé, con i cambi necessari qualora avesse nevicato, evento probabile in quei periodi dell'anno.

Le signore tiravano fuori i propri gioielli migliori, le parure e gli abbinamenti di gemme anche se per le più giovani a volte si preferiva una coroncina a fiori con gli strass, che costava anche molto meno. In quegli anni le sarte si dividevano in coloro che preparavano gli abiti e quelle che, una volta confezionati, li prendevano per ricamarli e decorarli.

Questo tessuto sociale della città lomellina viveva la moda quindi tutto l'anno, dalla preparazione all'evento allo scattare foto con quelle meraviglie che le facevano somigliare alle grandi donne dell'epoca, da Grace Kelly a Mina.

L'importanza che veniva data alla moda si ritrova anche nel fatto che appena dopo una settimana dopo le due serate magiche si iniziava già a raccogliere e lavorare sulle prenotazioni per l'anno dopo, per ricominciare tutto quel processo artigianale nelle mani “sante” delle nostre sarte lomelline.

Cosa vuoi fare da grande?

L'influencer

L'ultimo professionista che detta orientamenti

di Marco Trivi

Cosa vuoi fare da grande? L'influencer. Ma chi è questo personaggio e, soprattutto, cosa c'entra con la moda? Partiamo dal principio.

Siamo nel 1997 in America (ovviamente) e qui nascono i blog, grazie a Jorn Barger, un commerciante americano appassionato di caccia, che decise di aprire una propria pagina personale intitolata RobotWisdom per condividere i risultati delle sue ricerche sul web riguardo al suo hobby.

Nei primi anni Duemila queste piattaforme di informazione prendono piede e arrivano anche nel Vecchio Continente. Se ne contano svariate di qualsiasi genere: blog sulla politica, sulla cucina, sul calcio, su come gestire la casa, la famiglia eccetera.

In quegli anni, però, il mondo di internet non è fruibile ai più, la connessione è lenta e necessita di molta praticità per navigare bene tra le pagine. Ma ecco il boom pronto ad esplodere: i social network e in particolare, Instagram!

Una piattaforma che permette di condividere foto e "storie" (foto o mini video) ancor di più in tempo reale con i propri seguaci, il terreno perfetto per "sfondare" per coloro che avevano fatto la dura palestra dei blog su "internet" e delle "pagine su Facebook". E qui si diventa veri influencer.

Un influencer di moda è una persona che ha un gran numero di seguaci su uno o più social media, mostra principalmente contenuti relativi al mondo della moda e con i contenuti che pubblica riesce, con varia intensità, a influenzare l'opinione e il comportamento d'acquisto del pubblico.

Chiara Ferragni è l'influencer per eccellenza. Partita da un blog su internet è riuscita grazie alle sue capacità di comunicazione ad influenzare decine di migliaia di persone, ritagliandosi uno spazio importante in questo mondo.

Nella seconda metà degli anni Duemiladieci la sua popolarità cresce ancor di più grazie a collaborazioni con brand famosi e la continua partecipazione a sfilate dell'alta moda a Milano, New York e Parigi riuscendo così a far conoscere il suo nome in tutto il mondo attraverso "post e storie" fruibili da tutti in pochi secondi.

In meno di vent'anni questo mondo è cresciuto incredibilmente condizionando le scelte delle grandi case di moda che si rivolgono alle numerose (e ai numerosi) influencer per le sponsorizzazioni e per indirizzare i loro seguaci all'acquisto dei capi di abbigliamento da loro consigliati.

Un mondo nuovo: a tratti poco condivisibile (specialmente per chi non si fa influenzare). Le influencer non sono delle semplici modelle ma anche delle compagne di vita che, con la loro capacità comunicativa, riescono a coinvolgere gli utenti trasportarli anche in iniziative benefiche.

Nel marzo 2020, a seguito della pandemia in Italia e dell'emergenza sanitaria nel Paese, Chiara ha lanciato assieme al marito, il cantante Fedez, una raccolta fondi per l'Ospedale San Raffaele per aumentare i posti letto della terapia intensiva.

Da marzo a maggio 2020 hanno raccolto quasi 17 milioni di euro, divenendo il crowdfunding più grande d'Europa e tra le 10 più grandi campagne del mondo. Ma questa è tutta un'altra storia!



CITTA' DI MORTARA

GRUPPO FOTOAMATORI
del CIRCOLO CULTURALE LOMELLINO GIANCARLO COSTA
26° CONCORSO NAZIONALE
DI FOTOGRAFIA "CITTA' DI MORTARA"

Bando di concorso anno 2021

REGOLAMENTO

Il premio è regolato dalle seguenti norme:

1 - Il Concorso è aperto a tutti i fotoamatori italiani con non più di 3 opere per ogni sezione, **in formato digitale**.

2 - Ogni autore è responsabile di quanto forma oggetto delle opere presentate e ne autorizza, con la partecipazione, l'utilizzo per finalità non a scopo di lucro, quali la pubblicazione sulla pagina Facebook del Circolo organizzatore, la stampa delle opere premiate e di tutte le foto ammesse nelle sezioni A-B-C-D per allestire la mostra o per altre manifestazioni organizzate dall'associazione.

3 - Le immagini digitali dovranno essere inviate via email a **cf.mortara@gmail.com**. Dovranno essere in formato JPEG dimensioni 2:3 con il lato maggiore di 2500 pixel ad una risoluzione di 300 dpi qualità 8-10 massimo 2 MB. Ciascun file dovrà essere denominato con lettere A - B - C - D per l'identificazione della sezione e il numero progressivo da 1 a 3 come riportato sulla scheda di partecipazione indicando: Autore, provenienza e titolo dell'opera (*Es. A-1 Rossi Enrico-Roma - La Casa*).

4 - I file digitali contenenti le immagini non saranno restituiti.

5 - Le opere non accompagnate dalla quota di partecipazione e dalla scheda di adesione debitamente firmata non saranno giudicate. I risultati saranno comunicati tramite email o telefono.

6 - La partecipazione al concorso implica la completa accettazione di quanto evidenziato dal presente regolamento.

7 - Il giudizio della giuria è inappellabile.

CALENDARIO

12 settembre 2021 - Termine consegna opere
14-15-16-17 settembre 2021 - Riunione giuria
19 settembre 2021 - Comunicazione risultati
24 settembre 2021 - Apertura mostra

PREMIAZIONE

26 settembre, ore 11 - Civico.17 (Biblioteca F.Pezza)

PREMI

Sezione A : TEMA LIBERO

1° Classificato: euro 200
2° Classificato: euro 150
3° Classificato: euro 100

Sezione B : MOTORI che passione!

1° Classificato: euro 200
2° Classificato: euro 150
3° Classificato: premio speciale

Sezione C : SALVIAMO LA NATURA

Con i vostri scatti cercate di attirare l'attenzione sulla natura. Dalla fotografia astronomica a quella subacquea e naturalmente tutta la fauna e la flora selvatica immersa nel proprio ambiente naturale, arrivando alla più piccola e concentrata ripresa macro, intendendo per lo più soggetti comunemente visibili più o meno anche ad occhio nudo.

1° Classificato: euro 200

Sezione D: RITRATTO IN BIANCO & NERO

Il ritratto femminile o maschile in bianco e nero

1° Classificato: euro 200

Premi per opere segnalate

in tutte le sezioni con immagini a colori o b&n

La quota di partecipazione, a titolo di parziale rimborso spese, è di Euro 15 (1-2 sezioni) - Euro 18 (3-4 sezioni) e dovrà essere versata a mezzo bonifico bancario: IBAN : IT34A0503456070000000006494
Banco BPM Mortara - INTESTATO a : Gruppo Fotoamatori del Circolo Culturale Lomellino

CIRCOLO CULTURALE LOMELLINO GIANCARLO COSTA

Premiazioni

55° Premio Nazionale di Poesia "Città di Mortara"

Venerdì 24 settembre 2021 - ore 21,15

Auditorium Città di Mortara - Viale Dante (Scuola Media) - Mortara

26° Concorso Nazionale di Fotografia "Città di Mortara"

Domenica 26 settembre 2021 - ore 11

Civico.17 (Biblioteca F.Pezza) - Via Vittorio Veneto,17 - Mortara

AGENZIA COSTA

Studio di consulenza automobilistica

Trasferimenti di proprietà

Immatricolazioni auto e moto

Duplicati patenti

Rinnovi porto d'armi

RINNOVI PATENTE

Visite su appuntamento

Telefono 0384.91249

info@agenziacosta.net

a Mortara dal 1984

Via XX Settembre, 70
(angolo Piazza San Cassiano)



Automobile Club d'Italia

**DELEGAZIONE ACI
Garlasco**

Piazza della Repubblica, 24
Telefono 0382.810053
pv036@delegazioni.aci.it