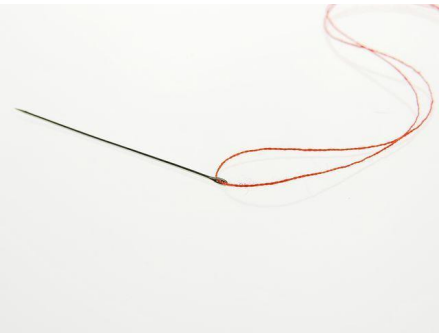
Articolo 21

Periodico d'informazione del Liceo da Vinci – Numero 3

A.S. 2022/23

LA MODA



Nel dizionario TRECCANI la definizione di moda è la seguente**:**

mòda s. f. [dal fr. *mode*, che è dal lat. *modus* «modo, foggia, maniera»].

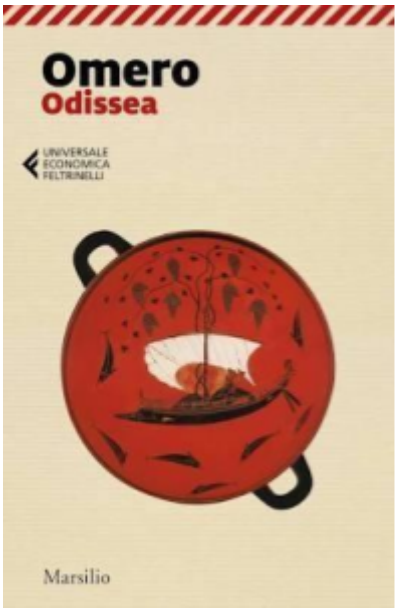
Un viaggio attraverso la moda implica un percorso attraverso le epoche e attraverso i più disparati angoli della terra. La moda è in continua evoluzione e incide in modo significativo anche sulle abitudini di vita. Se nei paesi industrializzati essa viene sempre più a configurarsi come lusso e talvolta provocazione, altrove la moda è tradizione e fa parte dei costumi e delle consuetudini tramandate da una generazione all'altra . È chiaro, perciò, che la moda non rappresenta esclusivamente l'abbigliamento, ma anche il trucco, l'aspetto generale di se stessi o delle proprie abitazioni, le abitudini alimentari o gli stili di comunicazione.

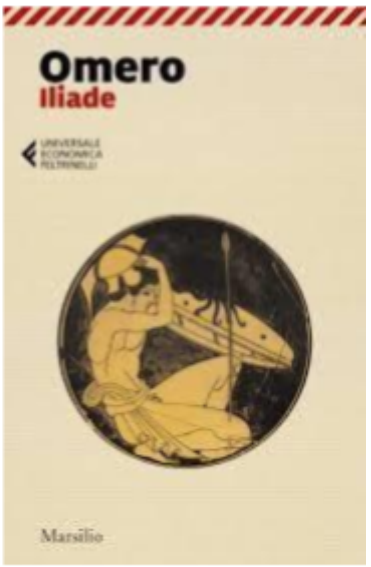
Nell'era della globalizzazione, tutti questi aspetti tendono a fondersi e mescolarsi, grazie al fatto che i mass media possono veicolare certe mode in maniera sempre più repentina. Può, perciò, capitare che antichissime tradizioni tribali possano diventare una moda nel mondo occidentale, basti pensare all'antichissima tradizione della dilatazione del lobo, in voga da secoli, presso popolazioni africane e sudamericane o quella del tatuaggio polinesiano che originariamente poteva indicare il luogo di nascita, il rango sociale oppure rivestire una funzione protettiva contro gli spiriti del male.

Sicuramente interessante esaminare come i nostri gusti in fatto di cibo siano influenzati dalle mode del momento. Se fino a pochi decenni fa, sulle nostre tavole era preponderante la tradizione gastronomica locale, oggi si impone come tendenza quella del cosiddetto FUSION che mescola i tipici prodotti autoctoni con ingredienti esotici. L'universo della moda è, insomma, un groviglio infinito di combinazioni possibili tanto che sarebbe impossibile analizzarne in modo esauriente ogni singolo aspetto.

INVITO ALLA LETTURA

I POEMI OMERICI





Leggiamo l'epica classica per cogliere valori condivisibili e non condivisibili.

La Kalokagathia omerica

La moda e l'aspetto esteriore nei poemi epici

L'aspetto esteriore degli uomini, delle donne e degli dei di Omero si può ricondurre all'ideale della **"Kalokagathia"** che consiste nel far coincidere la bellezza con l'onorabilità e la virtù. Nei due poemi dell'Iliade e dell'Odissea si possono individuare degli epiteti che danno molta importanza all'aspetto esteriore. Volendone elencare alcuni, possiamo ricordare "Elena dalla bella chioma, Paride bello come un Dio, Nausicaa dalle bianche braccia"… I canoni di bellezza sono piuttosto stereotipati cioè si dà molta importanza al colorito della carnagione, evidenziando che un incarnato chiaro è concepito come un

apprezzabile pregio oppure viene dato molto risalto al decoro dell'abbigliamento, in particolare le donne non indossano mai abiti corti (Troiane dal lungo peplo).

Gli uomini sono sempre rappresentati come forti, coraggiosi, astuti e il loro abbigliamento rispecchia spesso, queste caratteristiche anche gli individui di sesso maschile danno grande importanza alla cura del corpo e della chioma: presumibilmente portano i capelli lunghi sia gli uomini che le donne (Achei dai lunghi capelli; Circe dalle belle trecce,ecc)

Nella società contemporanea, al contrario, si cerca di valorizzare, giustamente, la diversità degli individui ed è molto importante saper valorizzare tutti quegli aspetti che rendono le persone uniche. E' obiettivo fondamentale la lotta al bullismo e al body-shaming e pertanto non riusciamo a riconoscerci nel concetto di Kalokagathia.

Ciò non significa che non si possa ricavare dalla lettura dei poemi omerici anche una serie di valori positivi; uno di essi è quello dell'amicizia, un sentimento profondo, vissuto con grande trasporto e ben rappresentato nell'epica classica. Basti pensare all'episodio del cane Argo nell'Odissea o all'amicizia che lega Achille e Patroclo nell'Iliade.

Proprio a proposito di questi ultimi due eroi, nel XXIII libro dell'Iliade, Achille arriva a sacrificare l'elemento più prezioso del suo aspetto, ovvero la bella e lunga chioma lucente sul rogo dove giace la salma di Patroclo, nella consapevolezza che non potrà più far ritorno in patria dove ha promesso a suo padre che l'avrebbe, un giorno, tagliata tornando vittorioso dalla guerra.

(Qui lo deposero, e intorno gran mucchi v'alzaron di legna. E il pie' veloce Achille divino ebbe un altro pensiero. Stando alla pira di fianco, recise la chioma…)

Io sostengo che oggi dovremmo tutti imparare ad apprezzare le differenze e le peculiarità, le diverse culture e tradizioni e anche le diverse mode e lingue. Ogni giorno dovremmo imparare ad apprezzare chi ci sta accanto, sia chi ha un cromosoma in più sia chi ha un dente in meno; chi porta un velo e chi cambia il proprio genere per sentirsi se stesso. Ogni giorno dovremmo guardare gli altri con occhi che accolgono e rispettano, non con occhi che giudicano e discriminano. Il giudizio è un normale processo mentale umano che, però, può essere educato, facendolo convergere in un sentimento positivo. Ogni giorno dovremmo apprezzare il prossimo e noi stessi.

Matilde Oddenino con la cooperazione di tutti i compagni di 1CL.

Leggere e interpretare le OPERETTE MORALI DI GIACOMO LEOPARDI

COMMENTO E POESIA ISPIRATI AL

"DIALOGO DELLA MODA E DELLA MORTE"

La Moda danzò

Tra un fru fru di merletti e pizzi

Fiocchi e fiorellini

Stoffa pregiata

Gonne e bustini

Volteggiò intorno alla sorella:

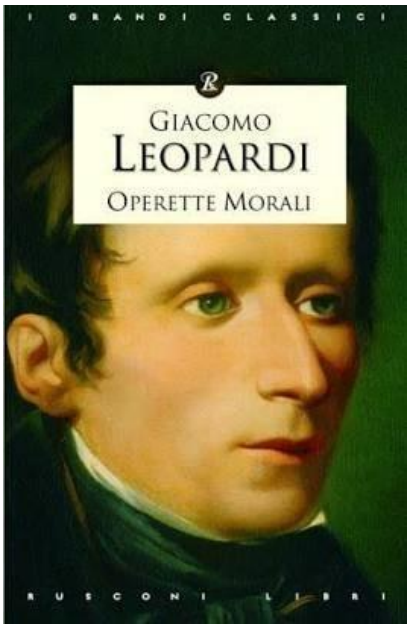
"Madama Morte," chiamò.

La Morte non subito la riconobbe

Come figlia di una stessa madre

La Caducità

Divinità di tutto ciò che perisce.



Eppure, è evidente che Il

loro volto è lo stesso:

Alla Morte appartengono i corpi,

Alla Moda gli oggetti di cui essi si adornano,

I piaceri di cui si circondano,

Palazzi, edifici, e ogni altra cosa,

Ed entrambe se ne impossessano,

Senza domandar permesso.

La Moda persuade, gentilmente,

Le sue ignare vittime

Ad infliggersi dolori: dispiaceri,

sofferenze, lutti.

Eppure, signori e schiavi

In egual modo si crogiolano

Nel credersi intenditori e compagni

Della Moda,

Sorella della Morte,

Di molto più ingannevole e illusoria

Della sua oscura controparte.

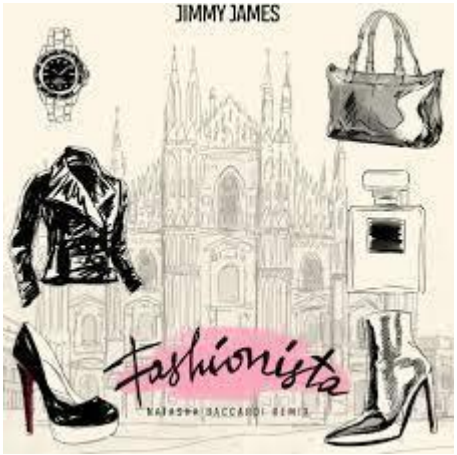
Il "Dialogo della moda e della morte" è una delle Operette Morali di Giacomo Leopardi, in cui l'autore presenta una personificazione della Moda e della Morte, sorelle in quanto entrambe figlie della Caducità. Tale rapporto di parentela sembra dunque giustificare le somiglianze che troviamo tra questi due concetti astratti: se la Morte termina l'esistenza delle persone, la Moda prende quella degli oggetti e delle usanze. Le due alla fine sembrano quindi rendersi conto della reciproca utilità, e formano una sorta di alleanza: questo finale, sorprendente solo in parte, va a concludere l'invettiva contro la Moda, che,

nonostante appaia come frivola e superficiale, cela in realtà un lato oscuro molto pericoloso, da fare quasi concorrenza alla Morte stessa.

Martina Stoilovska

INVITO ALL'ASCOLTO

Traduzione e commento relativi alla CANZONE "FASHIONISTA" JIMMY JAMES



Fashionista

Fashionista

Tutti in fila

Everybody line up

Lo spettacolo sta per iniziare

The show is about to start

Luoghi, lo spettacolo sta per iniziare

Places, the show is about to start

Devi mostrare uno sguardo, avere un'occhiata o dare un'occhiata

You have to show a look, have a look, or give a look

Facce, belle

Faces, beautiful

Nessuno brutto permesso

No one ugly allowed

(Ridendo)

(Laughing)

Siete pronti?

Are you ready?

Eccoci qui

Here we go

La moda è l'arte, i designer sono gli dei

Fashion is the art, designers are the gods

I modelli recitano la parte degli angeli nell'oscurità

Models play the part of angels in the dark

Chi di voi oserebbe mai andare contro

Which one of you would ever dare to go against

Quella bellezza è un mestiere e tutti sono pagati

That beauty is a trade and everyone is paid Fashionista,

come sembri?

Fashionista, how do you look?

Fashionista, come sembri?

Fashionista, how do you look?

New York, Londra, Parigi, Milano

New York, London, Paris, Milan

Tokyo, penso che sia in Giappone

Tokyo, I think it's in Japan

Asia, Malesia, Las Vegas per giocare

Asia, Malaysia, Las Vegas to play

Los Angeles, se mi paghi

LA, if you pay my way Fashionista,

come sembri?

Fashionista, how do you look?

Fashionista, come sembri?

Fashionista, how do you look?

Fashionista, come sembri?

Fashionista, how do you look?

Fashionista, come sembri?

Fashionista, how do you look?

Sean John, Calvin Klein Sean

John, Calvin Klein

La linea di moda di Donna Karan Donna Karan's fashion line

Valentino, YSL

Valentino, YSL

Ferragamo e Chanel

Ferragamo and Chanel

Halston, Gucci, Fiorucci

Halston, Gucci, Fiorucci

Non dimenticare il mio Pucci

Don't forget my Pucci

Fendi e Armani

Fendi and Armani

Dio, mi manca Gianni

God, I miss Gianni

Kenneth Cole, Michael Kors

Kenneth Cole, Michael Kors Signor Ford, non posso permettermelo

Mr. Ford I can't afford

D&G e BCBG

D&G and BCBG

Avere un bell'aspetto non è mai facile

Looking good is never easy

Alexandre Percovic

Alexandre Percovitch […]

Questa canzone ha spopolato durante lo show di Victoria's Secret nel 2014. Analizzando il testo di quest'opera si possono dedurre alcuni pensieri che emergono nelle menti delle modelle qualche secondo prima di sfilare. L'ansia si avverte, ma non è dovuta a cause esterne, semplicemente alla paura di non risultare perfetti. Il campo della moda, purtroppo, professionalmente parlando, spesso non ammette errori o vie di mezzo. Marx parlava nel "Manifesto del partito comunista" dei mezzi di produzione e della loro importanza nella dimensione lavorativa, in questo caso, a mio avviso, i mezzi di produzione sono gli stessi corpi delle ragazze, che devono essere sempre collaudati al meglio. Vi sono molte realtà della moda che non permettono una vita normale a chi vi lavora. Il piano alimentare è doloroso e difficile da rispettare, poiché per entrare nelle misure standard bisogna risultare particolarmente magre e poco formose. Al giorno d'oggi, per fortuna, le prospettive si sono ampliate: le modelle curvy sfilano anch'esse, senza nascondere quello che la società definisce come "difetto". Come dice il cantante "la moda è arte e gli artisti sono dei": la bellezza

e con essa il suo concetto e idealtipo hanno sempre accompagnato l'uomo, un essere tanto rozzo quanto amante della grazia. La dea Venere ha sempre rispettato questi valori. Ma il concetto di arte non vuol dire necessariamente "bello", ma anche originalità, stravaganza, fuori dal normale, bizzarro…proprio per questo spesso sulle passerelle si possono ammirare abiti e combinazioni che non indosseremmo mai, ma che sono al tempo stesso incantevoli. Nel testo sono presenti versi molto eloquenti sul mondo della moda e del business ad essa correlato. Spesso le modelle sono caricate della responsabilità di portare in alto l'indice e gradimento di un capo. La mente dell'uomo è contorta, conoscendola si può giocare di strategia: più un capo d'abbigliamento viene commentato, sia nel bene sia nel male, più verrà conosciuto e pubblicizzato, perché l'importante è che se ne parli. A questo si riferisce il verso "i modelli recitano la parte degli angeli dell'oscurità", poiché la sensualità, l'apparente "bella vita" e la perfezione, sono, spesso, finzione e irrealtà.

Canuto Kristel

LA PAROLA AGLI ESPERTI

Durante lo scorso anno scolastico, per la web TV FIORI DIGITALI avevamo intervistato **le sorelle Daniela e Laura Garello**, titolari del marchio **LA TILDE**, un interessante progetto, non solo perché è l'ennesima prova della qualità del MADE IN ITALY e della creatività e originalità che da sempre contraddistinguono il campo della MODA nel nostro paese, ma anche perché si

tratta di un bellissimo esempio di IMPRENDITORIA FEMMINILE, valorizzando la capacità, nel fare impresa, delle donne.

Le borse sono un po' l'emblema del genio creativo femminile, una sorta di "caos calmo" da cui è possibile attingere continuamente nuovi spunti .

Il servizio è stato curato da

Davide Merlo

Link al video: https://youtu.be/e8KfkZ7rLzw

LA MODA NELL'ANTICA GRECIA

Le studentesse della **classe 2AS** lo scorso anno scolastico hanno realizzato una pillola digitale relativa alla **moda nell'Antica Grecia**, pubblicata sul canale Youtube della Web Tv Fioridigitali.

Link al video:
https://youtube.com/watch?v=6ygOe6gyD2M&feature=shares

LA FUCINA DELLE IDEE

Matrioska

Girandole colorate, che girano vorticosamente in un silenzio assordante. Bamboline di porcellana Fragili che si fanno trasportare da una lucida follia. Colorate da morbidi tessuti, che volano leggeri come piume di un angelo.

Esili corpi

Che si muovono meccanicamente, quasi volessero rendersi invisibili agli sguardi di chi cerca la bellezza nel loro viso.

Cerchio magico di Matrioska, quasi volessero veder apparire all'orizzonte la nave della speranza.

Sofia Drocco

La moda : fenomeno sociale

La moda è un fenomeno molto importante nelle società presenti e passate: era infatti un modo per la classe agiata di differenziarsi dalla classe operaia; anche oggi acquistare capi rari e ricercati è un modo per farsi notare. Le tendenze non riguardano però solo l'abbigliamento, infatti qualunque cosa venga pubblicizzata dalla persona giusta, quindi più conosciuta, ad esempio sui social, può diventare un prodotto desiderato da molti. Solitamente le persone più interessate alle ultime mode sono gli adolescenti: essi trascorrono gran parte del loro tempo libero sui social media e spesso vengono in contatto con tendenze più o meno interessanti. La moda è comunque molto spesso un fenomeno passeggero: qualcosa che l'estate scorsa era di tendenza, quest' estate non lo sarà più, perché sarà sostituito da altro. Uno dei fattori più importanti per determinare la durata più o meno lunga di una tendenza è l'accessibilità a quell'oggetto: se esso ha un prezzo contenuto ed è facilmente reperibile nei negozi, sarà più conosciuto, e quindi più richiesto sul mercato. Viceversa, se questo prodotto ha un prezzo troppo elevato, allora diventerà prodotto d'élite, poiché non tutti avranno la possibilità di acquistarlo. Un altro fattore che permette a una moda di durare è la pubblicità che viene fatta di un certo oggetto: se una persona famosa fa spesso uso di un certo prodotto, anche i follower di questa persona vorranno iniziare a usarlo. Inoltre, più una persona è conosciuta tra i giovani, più questo prodotto avrà successo, proprio perché sono i giovani a spendere di più su aspetti quali abiti, cibo e vacanze.

Nonostante spesso si venga a conoscenza di novità grazie a questo fenomeno, ci sono anche degli aspetti negativi, in quanto adeguarsi alla moda tende ad omologare le persone le une alle altre, eliminando le differenze e spesso anche le opinioni personali. Si fa difficoltà ad avere un proprio gusto personale, perché comunque i negozi che vendono merce a un prezzo medio tendono ad avere abiti molto simili tra di loro, proprio per assecondare la moda del momento. Si tende inoltre a escludere le persone che non seguono una certa tendenza, poiché non riescono a integrarsi nel gruppo. Questo può avere diverse motivazioni, come ad esempio il rifiuto di certe convenzioni sociali come modi di fare, di parlare e di comportarsi. Vengono quindi a crearsi delle mode alternative, che non seguono quelle dominanti ma sono molto conosciute e importanti tra gli appartenenti di un certo gruppo. In conclusione, la moda è un fenomeno sociale di portata mondiale che non si può ignorare anche perché una tendenza che si sviluppa in una determinata parte del mondo può influenzare una zona molto lontana, con lo stesso impatto sui suoi abitanti, e merita perciò di essere analizzato e studiato.

Valerija Aleksova e Eleonora Gianotti

Moda inclusiva

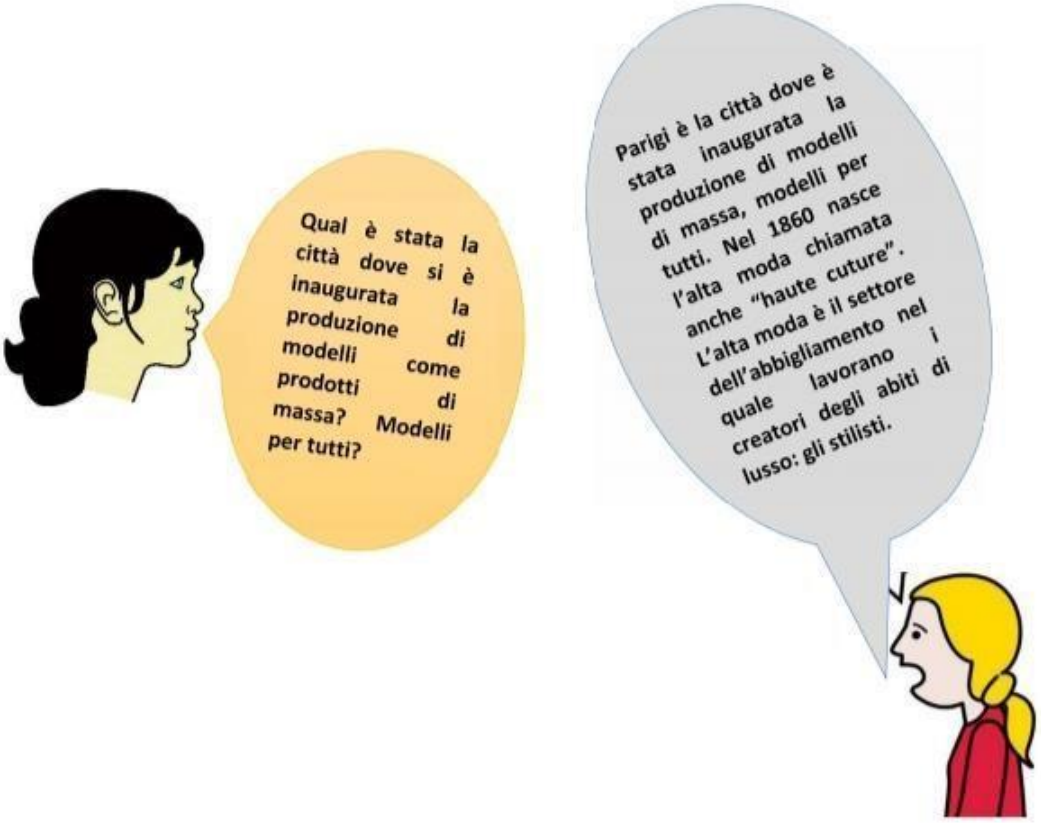
Spesso i modelli che ci vengono presentati dalla società, all'interno del sistema della moda, rappresentano un ideale di perfezione che, sempre più spesso noi giovani vorremmo raggiungere, lasciando da parte le particolarità e le caratteristiche che ci rendono unici.

Nonostante ciò, il mondo della moda è in continua evoluzione e, grazie anche alle nuove possibilità (come ad esempio i social) che permettono a chi lavora in questo campo di far conoscere le proprie esperienze, sta diventando sempre più inclusivo. Attualmente si mira a perseguire il traguardo fondamentale che chiunque possa sentirsi adeguato, proprio perché le caratteristiche che, fino a poco tempo fa sono state nascoste e chiamate "difetti", stanno diventando ricercati elementi di originalità. Per esempio la vitiligine, ovvero una condizione della pelle caratterizzata dalla comparsa di chiazze non pigmentate, prive di melanina cioè di zone che appaiono bianche. Questa può presentarsi in diverse zone del corpo e, soprattutto se si trova in zone ben visibili come il volto, viene spesso considerata un' "imperfezione" da nascondere con il trucco. Recentemente, però, modelle con la vitiligine stanno ottenendo un grande seguito, diventando, per chi presenta questa condizione, vere e proprie icone di stile e di sicurezza come Winnie Harlow, supermodella e attivista canadese.

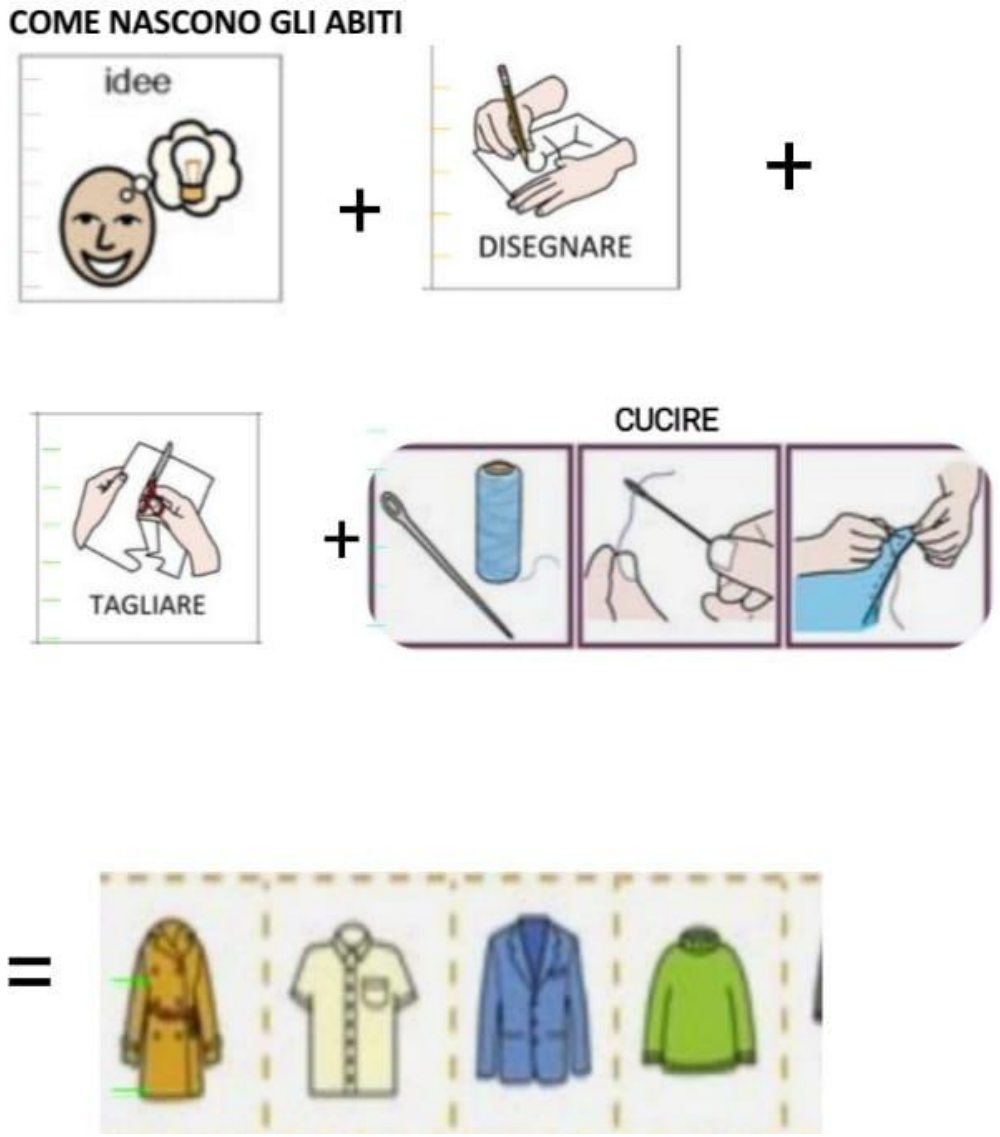
Negli ultimi anni, la moda ha dato spazio anche alle smagliature. Queste ultime sono come cicatrici che segnano alcuni momenti di cambiamento della vita di una persona: una gravidanza, una perdita di peso, ad esempio. Nonostante ciò spesso le smagliature sono viste come qualcosa da nascondere allo sguardo degli altri. Modelle di tutto il mondo si stanno impegnando, cercando di trasformare, attraverso l'utilizzo di piccoli cristalli o brillantini, le cicatrici del nostro corpo in qualcosa da valorizzare e mostrare con orgoglio come si fa in Giappone con l'arte del Kintsugi, ossia con i cocci di un vaso o un piatto rotto che non vengono buttati via, ma saldati con collante dorato o argentato per simboleggiare che le ferite si rimarginano e ci rendono più forti.

Letizia De Vita

LA STORIA DELLA MODA



Martina Frachlich guidata dalla prof.ssa di sostegno Anna Filice



Articolo in CAA