

Strategie 98

Prot. n. 034
Sezione B



A CURA DELLE CLASSI 2^a F e 3^a F

Mode, modi, modelli

L'argomento della "Strategie" di quest'anno è stato proposto dai genitori e accolto volentieri da noi tutti: una prova in più, concreta, di quanto possa essere proficua la collaborazione tra tutte le componenti scolastiche. L'argomento è infatti di grande interesse e di ampio respiro: la moda è arte e spettacolo, industria e design, cultura ed economia. Anche se la parola evoca nell'immediato il mondo dell'abbigliamento, in realtà esistono "mode" che coinvolgono ogni settore della nostra vita e che possono influenzarla in modo ben più profondo di quanto possa fare un abito. Abbiamo cercato con i nostri lavori di dare appunto un'immagine più ampia possibile (ma lo spazio è tiranno) delle implicazioni che le mode hanno e hanno avuto nella nostra esistenza. La moda può avere una funzione di riconoscimento e quindi di accettazione all'interno del gruppo sociale, ma può al contrario proporsi come trasgressione e provocazione, come

elemento di rottura di certi equilibri statici. Su questo in particolare abbiamo voluto riflettere: sui pericoli di una moda vista solo come qualcosa di formale e nello stesso tempo imperativo, qualcosa che si accetta supinamente, senza senso critico, senza consapevolezza di sé e di quanto si ha intorno, con l'unica logica del "cambiamento obbligatorio" o dell'ostentazione del lusso. Altre sono le mode che vorremmo fossero seguite dai più: quelle lontane dal consumismo, quelle rispettose dell'ambiente naturale, quelle che sono espressione di fantasia, di creatività, di intelligenza, di capacità di cambiare in meglio: quelle che portano ad uno "stile di vita" più sano, meno ostentato, più vicino ai ritmi personali; quelle che di rispettano nella nostra identità storica, familiare, fisica; quelle che guardano al "diverso" con interesse e rispetto autentico e non superficiali.

Non est modus in moda Ovvero esagerazioni del passato...

Nel Medio Evo si diffusero per gli uomini scarpe a punta che raggiunsero i 46 centimetri; le punte venivano imbottite di muschio per mantenerne la forma e in seguito trattenute con una catenella sulla caviglia per evitare cadute rovinose. Pare che molti uomini approfittassero della lunghezza delle scarpe e... delle gonne per giochi erotici, per cui i religiosi si affrettarono a proibire queste calzature come opera del demonio. Sempre nel Medio Evo si diffusero, specie in Francia, acconciature "a cono" altissime ed acconciature "a farfalla" consistenti in una struttura a fi di ferro a forma di farfalla appunto, sostenuta da un velo ancora più elaborato e difficile da portare. Durante il Rinascimento si diffusero calzature a suola alta che venivano usate in caso di pioggia; a Venezia venivano normalmente portate dalle prostitute, e potevano raggiungere l'altezza di 76 centimetri! Nel 1500 si diffuse dall'Europa settentrionale la pratica del taglio ornamentale che serviva a mettere in vista il tessuto prezioso sottostante. La moda divenne molto popolare ma si arrivò a tagliare la stoffa praticamente ovunque.



Verso la metà del secolo si diffuse la moda spagnola: gli uomini usano pance imbottite artificialmente: "pancia a baccello" o "ad oca" e brache a sbuffo imbottite di crine di cavallo, stracci e lana. Nel 1555 comparve la gorgiera che arrivò a raggiungere la lunghezza di 23 centimetri dal collo. Nel 1600 dalla corte di Luigi XIV si diffuse l'uso di un incredibile numero di nastri, fiocchi, riccioli, balze, piume, pizzi, ricami e dei pantaloni alla zuava talmente ampi da sembrare gonne. Imitando gli stazzi d'oltre Manica, Giacomo II spese ben 36 sterline per la cravatta da indossare il giorno dell'incoronazione, cioè l'equivalente del prezzo di una tenuta di campagna di dimensioni ragguardevoli. Fu lo stesso re Luigi XIV ad introdurre l'uso della parrucca che diventò sempre più pesante e ingombrante, fino alla stravaganza delle due punte alla sommità del capo. Per le donne nel 1690 fu introdotta la fontange, una complessa struttura di filo di ferro su cui venivano montati pizzi, mussola e nastri che poteva raggiungere l'altezza di 20 centimetri. Tra il 1770 e il 1780 le acconciature femminili divennero talmente alte e voluminose da correre il rischio di bruciarsi con le candele dei lampadari. Prima dell'avvento della crinolina, nel 1856, le donne portavano sei sottogonne per dare alla veste l'ampiezza voluta, e una di queste era solitamente imbottita di crine di cavallo. Ma anche la crinolina finì per allargarsi all'eccesso tanto che due signore non riuscivano a passare insieme nella stessa porta, né potevano sedersi sullo stesso sofa. I loro accompagnatori inoltre, rimanevano forzatamente a... debita distanza! Ai primi del '900 i corsetti arrivarono a procurare fratture alle costole e danni agli organi interni per dare alle signore quella linea ad S che veniva ostentata cambiandosi d'abito almeno quattro volte al giorno. Nel 1910 le gonne divennero sempre più strette al fondo tanto da costringere le donne a camminare a passettini.

... e del presente

State ridendo? Beh, aspettate a prendere quella certa aria da "che ridicoli i barbari nel passato!" Per avere un fisico alla moda, cioè giovane, scattante, sodo, magro ecc. oggi c'è chi fa footing fino a morire, chi si sottopone a ore e ore di ginnastica sfiancante, chi si fa operare con bisturi, laser, cannule, aghi (tra blefaroplastica, rinoplastica, lifting, mastoplastica, addominooplastica, lipos aspirazione, ecc.), ogni anno 60.000 italiani si rivolgono al chirurgo estetico, alimentando un mercato che si aggira sui 50 milioni di lire). C'è chi si fa gonfiare il seno con il silicone e chi le labbra. Peccato che a volte le proteste "migrino" o come dicono gli esperti "traslochino" anche lontano dal punto di innesto. Certi reggipetti push-on che sollevano i seni fino alle gote, li trovate normali? Infilarsi anelli e spille dappertutto? E tatuarsi? I rischi commessi ad ogni pratica anche minivasi del corpo ci sono tutti, dalle infezioni batteriche all'AIDS. E i jeans in uso pochi anni fa tanto stretti che era necessario tirarsi lo zip con le tenaglie, stesi sul letto e aiutati da qualcuno, con conseguenti irritazioni, infezioni, infertilità, vi sembra che siano molto lontani dal corsetto ottocentesco? E che dite delle tinture per capelli che hanno avvelenato tante persone? E dei tacchi a spillo che hanno rovinato milioni di schiene? E delle scarpe strette? E dei lettini e delle lampade abbronzanti che hanno letteralmente abbrustolito i fanatici della tintarella? E le diete dissennate che hanno ridotto certi con le pieghe di pelle come i cani sharpet o addirittura hanno portato con l'anoressia alla morte? Beh, che c'è? Non ridete più?

MODA E MUSICA LEGGERA (o meglio, la musica leggera di moda)

La grande diffusione della musica leggera riguarda soprattutto gli ultimi cinquant'anni ed è principalmente legata agli Stati Uniti e all'Inghilterra. E infatti dopo il dominio delle canzonette e del cabaret dell'immediato dopoguerra che aumentano l'interesse per la musica nera, il *gospel*, il *blues*, il *R&B* (Rhythm and Blues) e il *soul*. Viene poi una serie di rivoluzioni musicali, con la diffusione del *twist* e del *rock'n roll* e la nascita del rock. E Elvis l'indiscusso idolo, l'indubbio leader di questa evoluzione sonora, il vero re del rock'n roll, il primo delle grandi star che faranno strappare i capelli ai propri fan. E a partire dagli anni di Presley (ultimi anni Cinquanta) e fino ai primi anni Settanta, che viene scritta la "bibbia" del rock: ogni cantante in seguito dovrà abbeverarsi a questa fonte, ma pochi capiranno che cosa sia veramente accaduto. Si tratta infatti di un'epoca in cui la gente ha bisogno di sentire che qualcosa sta cambiando, che ha un alleato nella protesta contro il sistema economico, politico, sociale, culturale, familiare ecc. anche nella musica. Accanto alla Beatmania, la più incredibile passione di massa della storia musicale, ci sono gli inossidabili Rolling Stones, gli exploit dei Doors di Jim Morrison, le canzoni melodiche di Simon & Garfunkel, i surf dei Beach Boys, la protesta folk di Bob Dylan e l'anticonformismo di Frank Zappa. Tra la fine degli anni Sessanta e primi anni

Settanta la musica psichedelica accompagna il disfacimento del movimento hippy, mentre Joe Cocker entra di diritto negli annali del rock. Accanto alle ruvide canzoni pacifiste di John Lennon conquista il mercato il grosso filone del *punk*, mentre assume molta importanza il *reggae*, anche per l'influenza che determinerà in seguito su tanti altri cantanti. Appaiono così le canzoni splendidamente ritmate di Bob Marley, la musica rumorosa e i testi nichilisti dei Sex Pistols, le prime opere di Michael Jackson solista e i dischi d'oro dei Police di Sting. Anche i Queen seducono il pubblico, grazie soprattutto all'esuberante figura di Freddie Mercury. Il livello qualitativo della musica si abbassa, come emerge nella vasta diffusione del pop e nelle scopiazzature *hard rock* che fanno rimpiangere i Led Zeppelin, un altro supergruppo. Contemporaneamente due cantanti bianchi dilettanti ma fantasiosi contribuiscono al riaffermarsi della musica nera: i Blues Brothers, che con il loro successo hanno anche permesso ai "Wayfarer" della Ray-Ban di figurare tra i miti inossidabili del nostro giornale. Negli anni Ottanta accanto a Michael Jackson si distinguono Prince e Duran Duran di Simon Le Bon. Si assiste a un ribaltamento nel concetto di musica, già iniziato alla fine del decennio precedente, che si contrappone a quello che si era affermato durante gli anni della contestazione: le canzoni perdono il senso di pro-

paganda all'impegno sociale e diventano, al contrario, un passatempo, un modo per rilassarsi, per ballare. E la *disco music*: Madonna, gli Abba e tanti altri sfornano canzoni di incredibile consumo ma generalmente di scarso livello musicale. Rare le eccezioni, che possono tuttavia avere un successo strepitoso: è il caso di Bruce Springsteen. Negli anni Novanta tra i cantanti più di moda spiccano i Take That che per un breve periodo infiammano il pubblico giovanile con un pop all'acqua di rose aiutato dalla coreografia dei balletti durante l'esecuzione delle canzoni. Simile è l'odierna operazione commerciale del Backstreet Boys e delle Spice Girls, mentre è tipica musica disco-pop quella degli "Aqua". Espressione emblematica di questa tendenza a semplificare la musica è il clamoroso successo di "My Heart Will Go On", che con un arrangiamento essenziale e un testo ordinario ma cantato con una splendida e caldissima voce da Celine Dion, conquista, complice il personaggio neoromantico di Jack-Di Caprio in *Titanic*, i cuori di moltissimi giovani, quasi un simbolo dell'immediato consumo. Ruberei un'altra riga di questo giornale per dedicare il nostro estremo saluto a Frank Sinatra, che ci ha recentemente lasciato dopo essere stato una delle figure musicali più dure e rappresentative degli Stati Uniti del dopoguerra.

LE NOSTRE SUPER INTERVISTE

Parla Nicola Trussardi, famoso stilista

Come è nata la sua passione per la moda? Mio nonno Dante fondò nel 1910 l'impresa Trussardi per la realizzazione di guanti di alta qualità. Quando nel 1970 sono entrato in azienda ho dedicato molto tempo ed attenzione allo studio del pellame, perché amo molto questo materiale sia per le sue caratteristiche di morbidezza ed elasticità sia per i ricordi che suscita in me legati alle origini dell'azienda. Dal guanti sono passato alla produzione di accessori (borse, piccola pelletteria, piume ecc.) e, successivamente, all'abbigliamento prima di pelle, poi di maglia, infine di tessuto. Ancora oggi per me è fondamentale la ricerca delle materie che devono essere molto raffinate, eleganti, di buon gusto abbinata ad uno stile unico e facilmente identificabile. Non posso però parlare di vera e propria passione per la moda, in realtà il lavoro che svolgo oggi è nato più come scelta affettiva che come ispirazione, lavoro al quale poi mi sono appassionato. Ritengo comunque che la moda sia un fenomeno in continua evoluzione e cambiamento; gli stimoli sono tantissimi e la passione per migliorare notevole. La cosa più appassionante del mio mestiere è proprio questo continuo aggiornamento con il mondo ester-

no, con i cambiamenti socio-culturali e con le mutate esigenze dei consumatori finali. Perché ha scelto il levriero come simbolo? Ho scelto come marchio il levriero perché rappresenta al meglio lo spirito che vorrei fosse espresso dalle mie collezioni: eleganza, aristocrazia, raffinatezza, sportività, velocità e signorilità. In pratica il classico unito allo stile sportivo. Cosa rappresenta il Marino Alla Scala per Trussardi? Ho fortemente voluto il Marino Alla Scala. Ho liberato dall'oblio per restituirlo a Milano e al mondo. Senza presunzione il nostro è stato un atto di rispetto per una città che vuole vivere, che ha bisogno di costruire e ricostruire una comunicazione appagante. Un colloquio multiplo tra realtà diverse eppure affini: l'arte e la moda, il commercio e il pensiero. Nella speranza di un luminoso futuro nella nostra città abbiamo cercato di racchiudere questi valori, la leggerezza delle forme, la dinamicità operativa, l'amore per l'arte e per il bello. E per questo che ho dedicato un intero piano a spazio dedicato alle Mostre d'Arte. Un altro piano alle occasioni per socializzare con una caffetteria e uno spazio dedicato ai libri e agli oggetti ispirati dall'arte. Il Marino Alla Scala rappresenta in un certo

senso la filosofia di vita del mondo Trussardi. A che donna pensa quando realizza una nuova collezione? Nelle sfilate desidero sottolineare il piacere di esprimersi con disinvoltura, inventandosi di volta in volta l'immagine, unendo le forme ai materiali e ai colori per cercare di rappresentare il nuovo spirito di fine millennio: libertà del consumatore non più oggetto ma soggetto. La donna a cui mi ispirò per creare le collezioni Trussardi è una donna moderna, impegnata professionalmente, socialmente e culturalmente che chiede un abbigliamento dinamico e versatile capace di rispondere alle varie situazioni valorizzando sempre la femminilità e la seduzione. Come definirebbe la Sua personalità? Forte, determinata, volitiva, curiosa, tollerante, collaborativa, socialmente sensibile, umanamente disponibile, patriarcale, trasgressiva quanto basta, narcisista per essere protagonista. Quali sono i valori in cui crede? Credo nell'individuo, nella forza della mente, nell'evoluzione creatrice, nella morale umana. Lei come ama vestirsi? Personalmente amo miscelare con disinvoltura, formale ed informale.

Parla Gillo Dorfles

Parla Gillo Dorfles, noto critico d'arte e di costume che ha scritto molti saggi sulla moda tra cui "Moda e Modi" tradotto in parecchie lingue. Lei ha parlato spesso con ironia e amarezza di varie mode attuali. Può dirci quali le irritano di più e perché? Sono certi comportamenti che mi irritano, come quello di coprirsi di tatuaggi o di forarsi ovunque con il piercing o di pettinarsi con "creste" incredibili, perché mi sembrano tutte forme ridicole di esibizionismo in una popolazione urbana che ha perso il senso che certe pratiche possono avere presso altri popoli. Le mode lanciate da stilisti di valore, invece, mi piacciono. Che cosa può fare un ragazzo come noi per orientarsi tra cattivo gusto e fanatismo? Bisogna cercare di restare se stessi prendendo le distanze da quello che si vede, distinguendo le cose positive e negative a seconda del proprio gusto. Che cosa pensa di certe sfilate di alta moda e della celebrazione che si fa di certi stilisti come fossero dei guru? Nell'alta moda è necessario distinguere quello che è l'aspetto economico da quello artistico. Infatti gli abiti disegnati da molti stilisti

famosi sono piccole opere d'arte, ma purtroppo oggi la moda è diventata un grande business e questo "falso" un po' tutto. Se ogni epoca ha la moda che si merita, la nostra che epoca è? È un'epoca di apparente equità sociale: per la prima volta nella storia del costume la moda è diffusa in tutte le classi sociali e può non esserci distinzione formale tra un deputato ricco e un operaio sottopagato. Quale moda, soprattutto nel comportamento, le piacerebbe che fosse seguita dai più? Vorrei che ognuno rispettasse e valorizzasse la propria individualità, che il comportamento delle persone non fosse viziato da atteggiamenti fasulli e balordi tenuti al solo scopo di "apparire" e di seguire il "branco". Quale ruolo pensa che la scuola abbia o possa avere nell'orientamento dei giovani? Nella scuola vengono a formarsi dei gruppi che si caratterizzano per l'abbigliamento: questi gruppi, secondo me sono pericolosi perché non danno al singolo individuo la possibilità di esprimersi. La scuola dovrebbe far prendere coscienza di tutto ciò ai ragazzi avviando un discorso educativo rivolto alla valorizzazione delle individualità.

Aiutiamo il cuore meraviglioso dell'Italia.

Non fa più "notizia", ma purtroppo nelle Marche e in Umbria il terremoto continua e i danni, i disagi, le sofferenze sono ancora terribili. Abbiamo pensato di dare un nostro piccolo contributo scrivendo una raccolta di racconti che imiti (molto alla lontana) il "De Camerone" dandole il titolo di "De Camerino". I fondi raccolti attraverso la vendita andranno appunto a questa cittadina delle Marche, sede di una delle più antiche università italiane. Aiutateci a far sentire ancora un po' di solidarietà alle popolazioni terremotate che hanno affrontato l'emergenza con tanta dignità e forza.

IL TATUAGGIO

Il tatuaggio, che oggi conquista tante persone, ha origine antichissime: lo conoscevano gli antichi egiziani, i greci, i romani. Tatuaggi sono ancora visibili sul corpo dell'uomo di Similaun, il nostro antenato neolitico (si ipotizza che avessero una finalità terapeutica in quanto applicati in corrispondenza di forme artrosiche).

Il nome attuale di quest'arte particolare viene dal termine tahitiano tatau, che James Cook portò in Europa insieme con un indigeno dipinto, prova vivente dei suoi racconti.

Sul finire del '700 si sviluppò in Europa addirittura un fiorente mercato di teste di Maori, particolarmente "belle e decorative" perché ornate di strani disegni! Con il risvegliarsi dell'orgoglio per la loro cultura autoctona, i tahitiani hanno ripreso dall'82 a rinnovare sul loro corpo i segni magici ereditati dai padri; ma per loro il tatuaggio non è un semplice ornamento: è un codice per comunicare con la divinità, un simbolo di appartenenza, un visibile messaggio alla comunità, un mezzo di identificazione e di comprensione dell'altro.

La collocazione dei disegni, ognuno dei quali ha un nome specifico, e la loro natura segnalano infatti non solo lo status sociale, ma anche le imprese, gli avvenimenti della vita di ognuno: a nuovi meriti corrispondono nuove decorazioni. Il tatuaggio in versione occidentale e moderna è qualcosa di molto diverso.

INTERVISTA

Sabato 16 maggio ci siamo recati ad intervistare i tatuatori dello studio Katana, in via C. Poma 54. Le nostre vittime, pure avendo lo studio gremito da futuri tatuati, ci hanno concesso del tempo, e questo è il risultato: **Come siete arrivati a questa professione?**

Per fare il tatuatore ci vuole un discreto talento nel disegno, ma soprattutto tanta passione.

Come si fa un tatuaggio?

Inizialmente il tatuaggio veniva fatto iniettando nella zona sottostante alla pelle della cenere, che formava poi i disegni; adesso utilizziamo una macchina a bobina munita di aghi, che funziona con il principio della macchina da cucire, che inietta nel sottopelle i colori, che si vedranno solo dopo che la pelle si sarà rimarginata.

Quali sono i disegni e i colori più richiesti?

I disegni variano con la moda. All'inizio del "boom", nel 1990/1991 si tatuavano soprattutto farfalle e delfini. Spesso anche i film condizionano i tatuaggi, per esempio l'uscita

di un nuovo film di Batman è accompagnata da decine e decine di persone che si fanno tatuare pipistrelli. Attualmente sono molto in voga i tatuaggi tribali, legati alla corrente della "new age", soprattutto per la loro qualità di essere adatti ad ogni tipo di persona.

Su quale parte del corpo vengono fatti principalmente?

Ultimamente vengono tatuati soprattutto la schiena, le caviglie, il torso. Le braccia sono meno richieste anche se, per un tatuaggio esteso, sono ideali.

Qual è il costo medio di un tatuaggio?

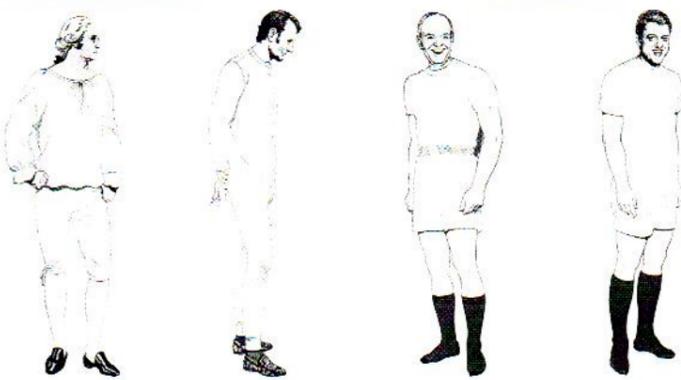
Il costo di un tatuaggio parte dalle 100.000 lire per arrivare ad un massimo di 2.000.000 di lire. Possiamo dire che un costo medio si aggira attorno alle 200.000/300.000 lire.

Qual è l'età media dei vostri clienti? L'età media è 25 anni, ma c'è una grossa percentuale di minorenni, che tatuamo, solo accompagnati da un adulto.

Si fanno tatuare più gli uomini o le donne?

Nel nostro studio la maggior parte dei clienti sono uomini.

IL RE È NUDO, IL PRESIDENTE... QUASI (moda intima alla Casa Bianca)



G. Washington (n. 1732) con mutandoni di cotone e camicia morbida.

A. Lincoln (n. 1809) in "union suit" cioè tuta completa, e pantofole di stoffa.

D.D. Eisenhower (n. 1890) con T-shirt in cotone pettinato e boxer elasticizzati.

B. Clinton (n. 1946) in T-shirt di cotone e boxer fantasia.

LA MODA S'ANNODA

Nonostante sia il più inutile dei capi d'abbigliamento, la cravatta rimane un accessorio decisamente di moda.

Anzi, negli ultimi anni ha conosciuto un vero e proprio rilancio grazie ad alcuni stilisti che ne hanno rinnovato le fantasie. Nell'abbigliamento maschile di oggi, infatti, molto omologato, la cravatta è l'unico elemento distintivo di un uomo, attraverso il quale egli può esprimere la sua personalità, i suoi umori del momento, persino giocare. Infatti aumentano vertiginosamente le richieste di cravatte più colorate e più "lavorate". La prima cravatta ufficiale della storia fu invece bianca e comparve nel 1692 al collo delle truppe mercenarie croate arruolate da Luigi XIV che chiamavano questa pezza di lino "bravatska". Questa sembra essere l'origine del nome, ma già al collo di legionari romani raffigurati sulla colonna Traiana del II sec. d.C. appare il ruolo molto ambito di "Cravatier" che consisteva nel portare ogni mattina a sua maestà un vassoio carico di cravatte. Alla corte di Versailles la cravatta, formata da pezzi e merletti, diventò tanto sontuosa che il ministro delle

finanze Colbert emanò una legge summativa per impedirne l'importazione da Venezia e dalle Fiandre. Durante la Rivoluzione Francese abbiamo addirittura gigantesche cravatte "incroyables", incredibili. Nell'Inghilterra dell'800 è Lord Brummel a dettare legge con le sue cravatte di mussolina immacolata, mentre a Parigi, nel 1827 viene pubblicato nella tipografia di Honoré de Balzac "L'Art de Se Mettre la Cravatte" che fu uno dei primi esempi di best seller internazionale.

Si dice che l'abbia scritto lo stesso Balzac per saldare i propri debiti con cravattai e camiciai! Sempre a Parigi, un emigrato italiano, Stefano Demarelli dava lezioni private di nodi di cravatte: ogni corso durava sei ore e costava nove lire l'ora. E finalmente, alla soglia del Novecento, la cravatta trionfa a tutti i livelli.

Oggi, in Italia, se ne producono 64 milioni e mezzo e se ne esportano 46 milioni. Le aziende del settore sono 280, gli addetti sono 3200, il fatturato è di 1800 miliardi. Tutto questo ruota attorno ad un nodo, che però può essere fatto in 188 modi: boater, shrinker, bigben, crissensen, scappino, halfmast, kipper's tie.

MODARCAICA La moda al tempo del Neolitico

Nelle regioni alpine uomini e donne dovevano ripararsi dal freddo e lo facevano utilizzando pelli e pellicce, lana e fibre vegetali. Le donne vestivano in modo più semplice in quanto restavano nei villaggi, ma si ornavano con pietre colorate legate con cinturini di cuoio.

Un eccezionale ritrovamento, il 19 Settembre 1991, sul ghiacciaio di Similan, ci permette di ricostruire con certezza l'abbigliamento del nostro antenato Otzi: aveva una mantellina in fibre vegetali, tunica di pelle con calze-pantaloni di pelo di cervo conciato, un copricapo in pelliccia d'orso annodato sotto il collo, calzature con la suola in cuoio e tomaia in fibre intrecciate imbottite di fieno per tenere caldi i piedi.

Tra gli "accessori" una faretra di fine pelliccia, cucita con striscioline di pelle e persino un ago di osso ed una matassa di corda di erbe. Vista l'altitudine del ritrovamento, si può parlare di haute couture...

MODANOVA La moda del terzo millennio

La moda del futuro legherà le sue fortune all'invenzione di nuove fibre e tessuti, come già accadde negli anni '60, quando l'americano Du Pont divenne miliardario con la Lycra che conquistò prima il mercato della moda sportiva e poi quello dei colanti e della biancheria intima.

Il successo di questo tessuto in cui le fibre elastiche dell'elastene si alternano a fibre rigide che consentono all'indumento di riprendere la sua forma originaria senza deformarsi e resistendo a cloro ed acidi, ha dimostrato che la richiesta del mercato attuale è rivolta a tessuti morbidi e pratici.

Ora alla Lycra si sostituisce la microfibrilla più morbida e leggera, ma nei laboratori delle industrie tessili si stanno studiando materiali assolutamente rivoluzionari: stoffe snellenti, rinforzate al nichel-titanio o decorate con ologrammi e sete rese più uniformi e sottili attraverso l'ingegneria genetica. È già stato realizzato, con il filo della tela di ragno, resistente all'acqua ed all'impatto degli insetti in volo, un tessuto che un proiettile di 6,35 millimetri sparato a 5 metri di distanza non è riuscito a perforare. Le maggiori innovazioni dovrebbero, comunque, arrivare dall'abbigliamento sportivo: esistono già costumi da bagno idrorepellenti e pantaloncini "massaggianti" per calciatori e tennisti.



MODE INOSSIDABILI

Secondo il mensile "Focus" ci sono prodotti famosi e diffusi in tutto il mondo, che godono di uno straordinario successo economico da decenni: dei veri e propri "miti". In alcuni casi questi prodotti sono talmente noti, che il loro nome indica per antonomasia una certa categoria di oggetti.

Ad esempio il "Kleenex" indica genericamente qualsiasi fazzoletto di carta, lo "Scotch" qualsiasi nastro adesivo, ecc. Questi miti sono: la "Coca-Cola", il "Nescafé", "Topolino", il "Martini", la "Bic", la "Barbie", la "Polaroid", la "Montblanc", il coltello multi funzioni "Victorinox", il "Monopoli", il "Kalashnikov", il "Tampax", la "Vespa", lo "Chanel n° 5", i "Levi's 501", i Rolling Stones, "Via col vento" e i già citati "Kleenex" e "Scotch".

Queste sono le indicazioni di "Focus" suffragate da dati numerici che testimoniano l'enorme successo commerciale di questi "campioni".

Noi non abbiamo dati statistici su cui basarci, ma abbiamo raccolto impressioni generali e pareri che ci indicano come altri "miti che resistono": i Ray Ban "Wayfarer", la "Nutella", "007", S. Valentino, i "Baci Perugina", lo "Swatch", Che Guevara, la "Smemoranda", lo zaino "Invicta", i Beatles e Marilyn Monroe.

Voi ne avete altri? Questo spazio è per voi

TUTTI I NUMERI DELLA STRATIEPOLO

- 1986-87 nasce la "Stratiepolo" come semplice corsa per le vie attorno alla scuola;
- 1987-88 3ª edizione della corsa;
- 1990-91 3ª edizione, con maggior coinvolgimento di allievi, insegnanti, genitori. Si organizza una vendita di torte, il cui ricavato è devoluto all'AIMS (Ass. Ital. Sclerosi Multipla).
- 1991-92 la S. diventa progetto culturale di Istituto che coinvolge dall'inizio dell'anno scolastico tutta la scuola sul tema dell'"EDUCAZIONE AMBIENTALE". Nasce il Logo riprodotto anche su magliette esclusive. Si ottiene l'attenzione di stampa, T.V. e del Comune che regala un albero alla "Tiepolo" quale riconoscimento dell'operato. I fondi raccolti vanno all'ass. contro la DISTROFIA MUSCOLARE;
- 1992-93 Si lavora all'"EDUCAZIONE INTERCULTURALE"; tutti gli allievi svolgono un tema sull'argomento nella stessa mattinata. Nasce l'"INNO della TIEPOLO" e viene prodotto in cassetta; fondi all'AIL (As.it. contro le Leucemie); Record di partecipanti e di incassi;
- 1993-94 Il tema a cui si lavora è quello della "FAMIGLIA". I fondi raccolti servono anche per un'ADOZIONE a DISTANZA.
- 1994-95 Il tema è quello della SOLIDARIETÀ. Parte dei fondi va alla scuola media statale "Cavour" di Alessandria, danneggiata dall'alluvione.
- 1995-96 eccoci finalmente al "GIOCO"; il nostro impegno fornisce fondi per l'Ospedale De Marchi e per il "TELEFONO AZZURRO".
- 1996-97 Tema: IL TIEPOLO E L'ARTE. Fondi per il restauro del campanile di Cupro terremotato.
- 1997-98 "LA MODA": vorremmo raccogliere fondi per i bambini leucemici dell'Ospedale Niguarda.

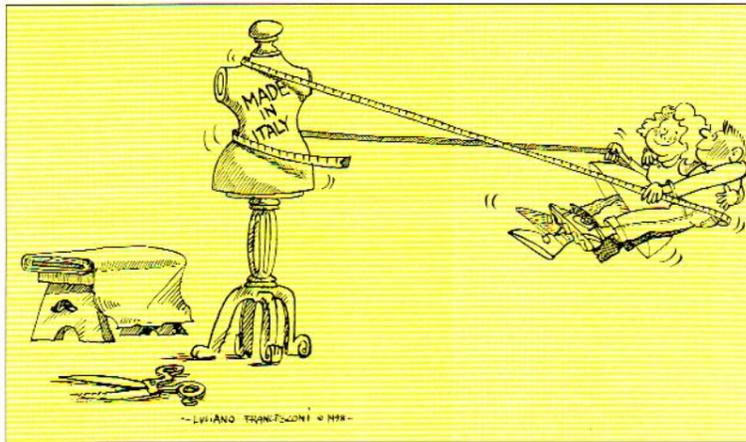


È DI MODA IL TRASH

Trash: è di moda la spazzatura.

Negli ultimi anni il trash (cioè la spazzatura) è dilagato dal cinema al fumetto, dai videogiochi all'alimentazione, dall'abbigliamento ai comportamenti sociali. Il repellente, il volgare, il violento sono entrati di prepotenza nella vita quotidiana. Ne sono esempi i film di Ed Wood, le commedie italiane anni '70 a base di infermiere e soldatesse, i film porno di Russ Meyer, personaggi come la soubrette francese Lolo Ferrari dal seno incredibilmente siliconato, i fumetti giapponesi Manga, e, come dice Aldo Grasso nell'"Enciclopedia della TV" della Garzanti, la televisione approssimativa fatta di "violenza, parolacce, cattivo gusto, liti in diretta, dolorismo, provocazione, rissa, demenzialità coatta, tutte le trasmissioni sopra le righe". Questo trash TV e quello quotidiano sono stati ridicolizzati dal "Pippo Chenney Show". I ragazzi della "Generazione trash" hanno magliette dai colori acidi, zatteroni leopardati, jeans stracciati, anfibio con la punta all'insù,

tatuaggi vistosissimi, prediligono il nylon e adorano il film "Train spotting" e certe discoteche. Di tutt'altro segno è il Trash consacrato dalla rassegna di Trento "Trash. Quando i rifiuti diventano arte", che mostra come, anche attraverso l'uso e l'impiego di oggetti "di scarto", si possa fare dell'arte e come gli artisti, come dice Lea Vergine, curatrice della rassegna: "Abbiamo sempre scelto il trash per paradosso, per polemica, per rifiuto del consumismo, per libertà e anche per esorcizzare la paura". I primi a riutilizzare gli scarti rielaborandoli come forme d'arte furono i futuristi italiani come Balla, Depero, Boccioni, che fecero scandalo come gli esponenti della Pop-Art degli anni '60: Rauschenberg e Andy Warhol, fino al fotografo Andres Ferrano. Ma si tratta di scelte consapevoli, come quelle che portano i più civili tra noi ad occuparsi della spazzatura in un'ottica di recupero per la salvaguardia ambientale. La raccolta differenziata è oggi una necessità, non una scelta, dopo l'assurdo consumismo degli anni '60.



PROFESSIONE: TERAPISTA DI MODA

C'è anche chi soccorre professionalmente le donne che aperto l'armadio, si chiedono sconcolate "Che cosa mi metto?". Si chiama Betty Halmeich, lavora da Bergdorf & Goodman, uno dei grandi magazzini più eleganti di New York e ha raccolto i suoi consigli in un libro: "Segreti di un terapeuta di moda". Il primo consiglio? Guardarsi allo specchio, nude, senza urla di disgusto e senza cieche illusioni. "Comunque - dice - è il vestito che deve far risaltare la donna. Non è la donna a fare da manichino al vestito".

Dieta? Segui la scienza, non la moda!

Sull'alimentazione e sulla dietetica, in questi ultimi anni, si sono udite e continuano ad imperversare le più stupefacenti teorie: un vero campionario di contraddizioni, esasperazioni, fantasie rivestite di pseudo-scientificità che gettano nella confusione più totale chi vorrebbe "mettersi a dieta". Ricordiamo ad esempio la "dieta punti" che prevede un punteggio per ogni alimento ed un totale di punti da non superare se si vuole dimagrire; la "dieta Reuben" che consiglia un elevato consumo di fibre e crusca; la "dieta di Hollywood" iperproteica e ipocalorica; la "dieta del dott. Atkins" esclusivamente proteica; il "digiuno" che permette il consumo di soli liquidi; la "dieta macrobiotica" che considera alimenti base come frutta, verdura, cereali integrali, legumi, e concede piccole quantità di pesce, uova, latte, formaggi, il più recente "minestrone" e così via.

La riflessione che ne consegue è che tutte queste mode alimentari ci allontanano da quello che dovrebbe essere il giusto rapporto col cibo e che non esistono alimenti nemici, ma una corretta alimentazione sana e variata è più che mai auspicabile per prevenire le malattie metaboliche e per permettere ai giovani una giusta crescita. L'educazione alimentare, sapere quali sono i nutrienti base da inserire quotidianamente, saper leggere le etichette dei prodotti per poter scegliere quelli meno artefatti, avere un atteggiamento critico nei confronti della pubblicità che propone continuamente prodotti unicamente raffinati e poco "sani", può sicuramente aiutare ognuno di noi a conseguire e mantenere un buono stato di salute.

(con la consulenza di Rosanna Ravenna, dottoressa in scienze alimentari)

MODA DA CANI

Alcuni di voi non ci crederanno: il cane, "il migliore amico dell'uomo" viene spesso comprato solo perché va di moda una certa razza piuttosto che un'altra: questo con conseguenze gravissime: i nostri amici a 4 zampe infatti vengono poi abbandonati da molte persone prive di cuore appena arriva l'Estate. Si pensi che nel 1997 in America dopo l'uscita del film "La carica dei 101 questa volta la magia è vera" sono stati comprati moltissimi cani dalmata e l'estate dello stesso anno ne sono stati abbandonati a centinaia. Altra grave conseguenza è che molte volte vengono acquistati dei cani non adatti a vivere nel clima loro proposto: ad esempio nel 1995 qui a Milano si vedevano in giro

tantissimi husky: non adatti al clima afoso dell'estate ed ai pochi spazi cittadini. Attualmente in Italia vanno molto di moda i pastori tedeschi grazie al grande attore a quattro zampe della serie "Il commissario Rex" (quest'ultimo ha anche influenzato la moda dell'abbigliamento con magliette "firmate da lui") per fortuna molto di moda vanno anche i cani meticolosi ed in generale tutti quelli che si trovano nei canili. Un ulteriore impulso all'acquisto di cani è venuto dalla PET THERAPY che consiste nel curare patologie psicologiche con gli animali e soprattutto con l'"amico dell'uomo". D'altro canto si va diffondendo (come al solito importato dagli Stati Uniti) l'uso di far

curare da uno psicanalista specializzato il proprio compagno a 4 zampe inappetente, o pigro, o malinconico... Ma oltre alla moda "dei" cani c'è anche la moda "per" i cani: molto usati sono i vestiti: dai cappellini (i meno utilizzati) passando da magliette, pile, pellicciotti, fino ad arrivare agli impermeabili-golfini (che sono quelli che riscontrano maggior successo); inoltre ci sono anche le mode dei cibi: fra i più usati troviamo Friskies, Eukanuba e Cesar ma ce ne sono molti altri. Ma a questo punto ci chiediamo: "Perché anche degli animali semplici e liberi come i cani devono essere schiavizzati dalla moda come noi?"

I records nella moda

Il maggior numero di cambi di costume durante le riprese di un film è 85, effettuati da Madonna nel film "Evita".

Constance Bennet indossa, nel film "Madame X", una pelliccia di zibellino valutata circa 50.000 \$.

Un giubbotto afgano indossato da John Lennon nella foto di una copertina di un album dei Beatles, "Magical Mystery Tour", fu venduto per circa 80 milioni di lire il 22 marzo del 1997.

Quattro costumi appartenuti al gruppo rock dei Kiss furono venduti per 20.900 sterline (quasi 60 milioni di lire) nel maggio 1993.

Il primato femminile di resistenza in passerella a una sfilata di moda è di 114,5 km, percorsi da Roberta Brown e Lorraine Mc Court al Park's Hotel di Dublino, tra il 19 e il 21 settembre del 1983.

Il belga Alex Lambrecht ha il volto decorato da 80 tra anelli e spilloni, oltre ad altri oggetti che gli trafelano il resto del corpo per un totale di 137 fori.

L'abito da sposa con lo strascico più lungo, 204 m, è stato creato da Hege Solby per il matrimonio di Hege Lorence e Rolf Risset, il primo giugno 1996. Lo strascico era tenuto sollevato dai 188 damigelle d'onore e paggette.

La cerniera lampo più lunga fu fabbricata dalla Yoshida olandese e disposta, il 5 settembre 1989, intorno al centro della cittadina di Sneek. Era lunga ben 2.851 m e aveva 2.565.900 denti di ottone.

La sciarpa più lunga mai lavorata a maglia ha la lunghezza di 32 km e 2 m.

Un ventaglio di stoffa e legno, dipinto a mano, largo 8 m e alto 4,5 m, è stato realizzato da uno spagnolo nell'ottobre 1994.

Tra gennaio e giugno 1996 gli alunni della scuola elementare di Hills, Vernon, New Jersey, hanno collezionato un milione di bottoni.

MODECONOMIA

Il settore legato alla moda, cioè quello tessile-abbigliamento-calzature costituisce una risorsa fondamentale per l'economia nazionale. Oggi l'Italia è il paese maggior produttore del sistema "moda" in Europa con un terzo degli addetti totali. Nonostante la concorrenza dei paesi asiatici e nonostante le ripercussioni della crisi delle vendite che interessa gli stessi paesi, il "Made in Italy" è alla riscossa. Le esportazioni hanno segnato tra Gennaio e Giugno '97 un +3,7%; nella classifica internazionale l'Italia resta quindi leader sul versante dell'export (16737 milioni di dollari nel '96) e seconda, dietro gli Stati Uniti, nella graduatoria della produzione. Un abito italiano è tra i primi prodotti che s'acquistano ovunque nel mondo si verifichi un aumento di ricchezza e di potere di acquisto.

IL QUADRILATERO DELLA MODA

Milano è ritenuta la capitale mondiale della moda ed è tra via Monte Napoleone, via Borgospesso, via della Spiga e via Sant'Andrea che ha la sua sede principale, o almeno un importante spazio espositivo, la maggior parte dei grandi creatori del prêt-à-porter di livello internazionale. È da Milano che è appena volato in Cina un team di oltre 100 aziende nazionali di abbigliamento per partecipare alla rassegna "Fashion Expo '98". A Shanghai il capoluogo lombardo si è presentato come una metropoli che sa produrre ricchezza e cultura, costume e capacità imprenditoriale, anche attraverso uno stand realizzato con le immagini del Teatro alla Scala, testimonianza di quel connubio Arte-Moda che è così importante per noi.

LA MODA DEL COMPUTER

Oscar giochi 1998

Negli ultimi tempi c'è stato un vero e proprio proliferare di giochi più o meno complessi, per tutti i gusti e per tutte le tasche. In pochi anni si è passati da una grafica semplice come quella del mitico Mario Bros ad un gioco complesso e affascinante come (uno a caso) Quake II. Questo di più far capire che entro pochi anni andremo incontro a delle rivoluzioni inimmaginabili. Stanno già uscendo le schede per l'accelerazione 3D che permettono una grafica nitida e veloce. Ma ora vediamo i giochi più alla moda di questo appassionante 1998. Ecco il gioco che sarà più alla moda per tutto il 1998: Jedy Knight Dark Forces II (Lucas Arts), seguito da Longbow 2, Quake 2 e da The Curse of Monkey Island, ha vinto il premio come gioco dell'anno. Tutti coloro che vorranno risultare alla moda dovranno possedere almeno uno dei quattro giochi sopra elencati...

LE COLLEZIONI "DI MODA"

Al giorno d'oggi va ancora molto di moda tra i giovani dedicarsi ai più svariati tipi di collezioni. Inossidabile in questo senso la moda delle figurine, in particolare quelle dei giocatori di calcio. Negli ultimi anni è diventata sempre più diffusa la collezione delle schede telefoniche, che ha determinato la nascita di veri e propri mercati, come quello in Piazza Cordusio a Milano. Frequente tra le ragazze la collezione dei tappini delle lattine, da attaccare alle cerniere di zaini e astucci. Anche le mignon costituiscono una importante raccolta praticata ancora da molti. Si direbbe che ognuno è riuscito in base ai propri gusti a trovare la collezione più adatta: e allora vi sono quelle delle cartoline, dei saponcini degli alberghi, dei biglietti del tram, delle etichette delle bottiglie, delle carte Magic... Tuttavia quella di collezionare è forse un'abitudine che sta un po' passando di moda, almeno tra i giovani: viene da chiedersi allora se il motivo non sia la mancanza di tempo...

LA MODA ITALIANA NEL WEB.

www.modaitalia.net

Non poteva mancare! È infatti che È un sito on line che riunisce e divulga in Rete quanto avviene nel settore della moda in Italia. Vi si possono visionare le collezioni degli stilisti più importanti, i migliori magazine sulla moda del mondo, le più famose industrie di sportswear, le top model più quotate, le più importanti agenzie di moda, i più interessanti fotografi. C'è anche una sezione con consigli su diete, cosmesi e salute.

UN BACO INVENTO' LA MODA?

Secondo molti antropologi con la seta è nata la moda. Prima della seta l'uomo si copriva. Dopo la seta ha cominciato a vestirsi. La scoperta della seta e dei meravigliosi abiti che se ne potevano trarre fece sì che questo tessuto divenisse un attributo della posizione sociale: prima in Cina dove nacque 5000 anni fa, poi nell'Asia Centrale, quindi a Roma. Sarebbe il primo status symbol, insieme con l'oro. La seta affascinò Alessandro Magno, Giulio Cesare, Marco Polo; Pausania narra dell'Isola della Seta. Tolomeo parla del Ser, il Fiume della Seta, i romani chiamarono i cinesi "feres", il popolo della Seta. Comunque il baco rimase a lungo, nell'immaginario dell'Occidente, un animale favoloso. E molte leggende sulla sua origine si narrano ancora lungo la famosa via della seta che partiva da Xian, antica capitale della Cina, dove il primo imperatore Siu-huaugtu dorme vegliato da migliaia di soldati di terracotta e attraverso Samarcanda, Teheran, Damasco, Istanbul e Atene arrivava a Venezia. Persino la vita di Pasteur si incrocia con quella della seta: fu infatti proprio il grande francese dei vaccini e della pastorizzazione a trovare il sistema per tenere a bada la malattia che affliggeva gli allevamenti europei di bachi. E oggi? Sono i nostri stilisti che creano alla grande con la seta, ed è l'Italia il primo Paese importatore di filato greggio dai paesi primi produttori: Cina, India e Giappone. Il nostro paese esporta poi prodotti di seta con un saldo attivo della bilancia commerciale di ben 888 miliardi. Il business è concentrato nel Comasco dove 2500 società fanno registrare 40mila addetti e 7500 miliardi di fatturato. E qui ora, l'impero della Seta.

CONTRO LA MODA DELLE PARRUCHE

Urati capillis esse, quos emit, suos Fabulla numquid ergo, Paulie pelerat? Fabulla giura che i capelli che ha comprato sono i suoi: dunque perché mai giura il falso? (da Marziale).

VA DI MODA IL PREZZO BASSO (E sarebbe ora...)

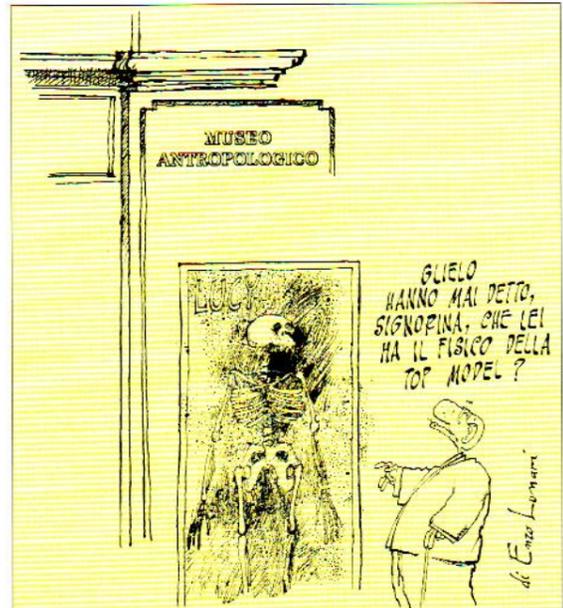
Negli ultimi anni si è molto diffusa la moda di acquistare senza spendere un capitale e senza rinunciare al piacere di vestirsi alla moda. A Milano sono ormai più di 40 i cosiddetti blocchisti o stockisti, che vendono merce di ditte e negozi di fine serie, rimanenze o campionari della stagione passata acquistati in blocco a prezzi scontati. In Italia ce ne sono più di 900 ed offrono non solo abbigliamento, ma anche arredamento, biancheria per la casa, oggetti, ecc... Molti sono entrati nell'ottica dell'acquisto-affare di capi "firmati" (anche perché i prezzi del prêt-à-porter sono soliti alle stelle) e provano una grande soddisfazione a rivelare, davanti allo stupore ammirato degli amici, il prezzo stracciato del proprio acquisto.

MODA SPORT

Uno sport di moda che fa moda

Alle Olimpiadi di Noagano ha debuttato quest'anno lo snowboard che è destinato, a detta degli esperti, a conquistare sempre più adepti nel prossimo futuro. Fantasia e libertà sono le caratteristiche che accompagnano questo nuovo sport che ha un linguaggio nuovo, gergale, da gruppo.

Si esprime attraverso decine di figure possibili, ognuna con il suo nome: "Nuclear air", "Mc Twist", "Ho-Ho Plant"... Ha creato una vera alternativa allo sci, favorendo anche una frattura generazionale: gli snowboard sono soprattutto sotto i piedi dei giovani. E dai giovani che praticavano lo skateboard in città con tenute sbragate, ultracomode: bermudoni, salopette macro, T-shirt al ginocchio e snickers dalle scuole carrozzate è stata influenzata una certa moda metropolitana fino ad ispirare le collezioni di alcuni stilisti. La tenuta degli snowboardisti è simile: calzoncini di tre taglie più del dovuto, golf extra-large spesso come materassi, scarponi king-size, perché sulla neve gli indumenti devono essere impermeabili, antistrappo, antifreddo, con ampie tasche. Anche così, vestendo con capi grandi, certi adolescenti di oggi si distinguono dagli adulti.



I NOSTRI SUPERTEMI

Che cosa è di moda tra i ragazzi come te? Le tue attuali scelte ti mettono in contrasto coi genitori?

La moda è dilagata da tempo tra i giovani che cercano ormai in tutti i modi di essere diversi, alternativi al sistema che, in certi casi, impone un protocollo non accettato. Forse la trasgressione significa per loro libertà e l'essere diversi, indipendenza, cose che i giovani d'oggi cercano di ottenere come fossero fattori vitali per la loro esistenza.

L'essere alternativi spesso, però, non vuol dire essere diversi nei confronti del sistema. Infatti, a volte, si verificano effetti di omologazione, quando si cerca, per esempio, di imitare tutti un unico modello di trasgressione. Oggi tra i ragazzi le mode sono tante, ma soprattutto passeggere; ciò vuol dire che non sono fisse, ma variano ad intervalli di pochissimo tempo. Questi intervalli si chiamano "tempi di segnalazione", ossia periodi in cui la moda ha bisogno, attraverso la pubblicità, di diffondersi tra i giovani. Comunque, le diverse mode si dividono in maschili e femminili perché gli interessi dei due sessi sono diversi e caratterizzano scelte diverse, anche se il motivo principale è comune: quello di apparire. Tra noi ragazzi la moda si sviluppa nel campo dell'abbigliamento e dei gadgets. Tra questi è di moda lo yoh-yoh, seguito dallo skate-board e dai pattini in linea. L'abbigliamento è molto semplice: è caratterizzato da lunghi pantaloni, o mimetici o di color beige, con profonde tasche laterali e larghi in vita.

Viene indossata poi una larga maglietta, con le maniche corte fino al gomito; sopra, una camicia pesante con i polsini che raggiungono l'estremità delle mani. Fondamentale, però, è l'acconciatura dei capelli: o da rasta, cioè tagliati quasi a zero ai lati e con i rimanenti capelli tutti a punta sulla sommità del capo, o a piccole trecce raccolte dietro. Si usa, poi, calzare un cappello di lana, non fino alla fronte, ma solo appoggiato sul capo. Ai piedi si portano o larghi anfibi slacciati o scarpe da tennis con la suola altissima, le cosiddette zeppe. Fondamentale ed immancabile è però il walk-man, che ormai è considerato quasi un oggetto di uso quotidiano. Gli orecchini ed il piercing, poi, completano l'opera. Io non uso niente di tutto ciò, ma non mi sento affatto emarginato. Credo, infatti, che il giusto impiego della moda non sia quello di distinguere ma di esprimere un messaggio attraverso il quale si capisca la propria personalità. Io non ho problemi riguardo alla scelta dei vestiti, perché quelli che indosso li considero "normali"; credo che, comunque, non ci debba essere attrito tra genitori e figli per quanto riguarda la scelta dell'abbigliamento. La moda, ripeto, va recepita come qualcosa di positivo, che possa esprimere la propria personalità.

Stefano Cimino - 1° A

In un mondo tutto uguale un Mago inventò la Moda, ma...

C'era una volta, molto tempo fa, una città isolata da tutte le altre perché era senza colori. I suoi abitanti vestivano tutti con una tunica grigia ed erano molto tristi e felici di chi capiva dal silenzio che c'era... non si sentivano una folla di bambini che giocavano a calcio o i voci di mamma che si sciamavano intorno a cucinare, oppure di persone anziane che raccontavano le storie della loro infanzia... no! La città era avvolta da un silenzio totale.

Un giorno però una maga di nome Adom passò di lì e, vedendo quel mortorio, con la sua bacchetta magica, fece apparire delle malte colorate che distribuì tra gli abitanti. Poi disse con voce dolce ma allo stesso tempo sicura:

"Se volete una città bella, allegra e colorata, non dovete esitare e quindi tenete queste malte e cominciate a colorare!"

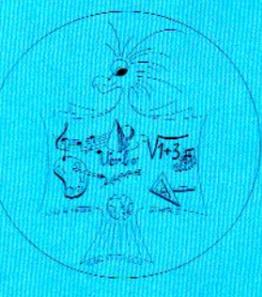
Gli abitanti entusiasti, colsero al volo quell'opportunità e si misero subito a lavorare energicamente e dopo a cuni giorni, sembrava di essere in un'altra città: si sentivano urla, schiamazzi, grida e un continuo vociare, tutti erano al settimo cielo dalla felicità, ma mancava il tocco finale, infatti le persone intente a dipingere strade, case macchine e scuole si scordarono dei loro vestiti che erano rimasti grigi. A questo, però, pensò la maga che con la sua bacchetta fece comparire una sarta, la più brava che fosse mai esistita nell'Universo, basti sapere il suo nome: Moda. Questa si mise subito al lavoro e in breve tempo tutti gli abitanti indossavano vestiti bizzarri e molto... come dire... simpatici!

Ad un certo punto un mago a cui piaceva vedere la gente soffrire, attirato dall'allegria che regnava in quella città, decise di creare un po' di scompiglio. Si presentò agli abitanti e disse con un tono di superiorità:

"Ma guarda, vi state divertendo eh! Siete contenti di aver trovato una maga che vi aiuta!... Ma ora tutto questo scomparirà sotto i vostri occhi!" - poi aggiunse sogghignando - *"Stata a vedere, inutili mortali!"*

Con una magia si trasformò in tempesta e fece sbiadire i colori della città (dato che erano "fatti" con la matita). La popolazione impallidì per la paura e implorò la maga Adom che li venisse ad aiutare. Questa, impietosita, accolse la richiesta e, dopo avere recitato una formula, si trasformò in un vento freddissimo che congelò il povero mago tramutato in tempesta.

Quando l'edificio che ospita la nostra scuola fu costruito, nel 1935, la sua forma ad aquila doveva evocare idee di forza, di potere ed incutere timore; ora noi vi vediamo un simbolo della natura che siamo impegnati a salvaguardare con lo studio teorico e con l'impegno concreto. Non più un'aquila severa, ma un aquilotto simpatico sulle cui ali, che simulano le pagine di un libro, sono rappresentati vari simboli della vita scolastica. Noterete che non ci sono date storiche; al loro posto abbiamo inscritto un ramoscello d'ulivo come simbolo di pace.



Ma ormai il danno era fatto, infatti la città aveva ripreso il suo colore grigiastro. La maga, però, non si scoraggiò e disse con tono dispiaciuto:

"Non dovete abbattervi perché non tutto è andato perso, infatti guardatevi un po', i vestiti che vi ha fatto Moda, la sarta, sono ancora intatti, quindi, tutti insieme ridipingiamo la città!"

Il suo discorso terminò così, e piacque molto agli abitanti che si rasserenarono e cominciarono il lavoro. In breve tempo la città divenne la più bella su tutta la Terra, non solo per i suoi colori allegri, ma anche per gli abitanti che indossavano vestiti "così simpatici e alla moda".

Marta Fattarossi - 1° B

Si può seguire la moda mantenendo la propria personalità, ma si può anche lasciarsene condizionare. Qual è il tuo atteggiamento?

Scarpe alte, vestiti mini, pantaloni a zampa, piercing, tatuaggi e chi più ne ha più ne metta: ultimamente ne vediamo proprio di tutti i colori! Le riviste e la TV non fanno altro che bombardarci di messaggi che ci dicono di essere alla moda e spesso fanno anche capire che chi non la segue non può essere accettato dagli altri. Ad aggravare la faccenda ci sono ovunque pubblicità di ragazze e ragazzi con corpi perfetti, sorrisi smaglianti, capelli con colori stupendi e trucco eccezionale. Insomma, quelle povere adolescenti con qualche chilo di troppo e con l'acne che le tormenta, dovrebbero sentirsi proprio uno schifo! Secondo me è giusto che la moda venga sponsorizzata e che tutti ne vengano a conoscenza. Ma spesso, soprattutto le ragazze un po' fragili, si sentono condizionate eccessivamente e si convincono che vengono giudicate non per quello che sono, ma per i vestiti che indossano, per il taglio di capelli e il modo di truccarsi. Quello che fa più paura è che ultimamente la nostra generazione è contro ogni forma di diversità e ragiona proprio così: "Sei alla moda? OK, puoi far parte di noi!"

C'è forse qualcuno che non si diverte, almeno una volta, a girare per negozi o a provare abiti strani? Personalmente, dopo aver guardato tutto e aver scelto quei pochi abiti di mio gusto, magari, anche solo per prova, indosso quello che usa la maggior parte dei giovani.

Mi rendo allora conto che non sarei mai a mio agio con quelle gonne attillate e quelle camicette sciolate e trasparenti! Con ciò non voglio criticare questi capi d'abbigliamento, anzi mi piacciono molto e apprezzo tutti quelli che li indossano con disinvoltura. Ma la cosa che non riesco a capire, o meglio ad accettare è che un gran numero di persone si veste così solo per essere uguae agli altri, non perché si piace veramente!

Finché i giovani girano con vestiti ridicoli, truccatissimi e con pettinature stravaganti non succede niente di male; ma quello che è un po' più grave è che i giovani d'oggi cominciano ad esagerare con l'alcool, il fumo e gli stupefacenti. E se ce ne è una piccola parte che lo fa perché gli piace davvero, la maggioranza si sente trascinata e tanto per essere come gli amici, pensa bene di provarci. E però il stesso motivo altre centinaia di ragazzi si tatuano tutto il corpo e fanno altre scelte perché esse possono essere molto di annose per la loro salute.

Anchi io ho un sogno che spero di realizzare presto: mi piacerebbe molto avere l'orecchio pieno di orecchini; ma questa è una mia passione e non lo desidero di certo per essere alla moda!

Io credo che per seguire la moda, sia importante compiere scelte intelligenti, ma soprattutto credere molto in se stessi; se uno ama un certo stile, non deve preoccuparsi di come appare agli altri, ma deve cercare di valorizzarsi per quello che è!

Camilla Marchetti - 2° B

Tema: "Si può seguire la moda mantenendo la propria personalità ma si può anche lasciarsene condizionare: qual è il tuo atteggiamento?"

Se vogliamo indicare la moda con un oggetto, possiamo descriverla con uno di quei segnali azzurri del "senso unico" che vediamo posizionati nelle strade. Infatti molte persone seguono la moda in maniera "integrale" senza salvare niente di sé, uccidendo così, a mio parere, la loro creatività e la loro personalità.

Io ritengo che il mio comportamento rispetto alla moda sia proprio racchiuso nella parola "salvare".

Infatti cerco di sopravvivere al martellamento del mass-media, prendendo qualcosa dalla moda (beh... sono umana anch'io!) e lasciando qualcosa d'altro. Quello che mi induce a mantenere questo comportamento è la convinzione che se ognuno seguisse la moda in tutto e per tutto, ci ritroveremo tutti vestiti, truccati e pettinati come degli automi, dei robot che non sanno pensare con la propria testa ma devono ricorrere a quella di qualche altra persona.

Entrando nel merito dei singoli vestiti, accessori, film e libri che consumiamo, ci accorgiamo inoltre, sempre di più, che la moda è fra noi.

Come ci faceva notare la dott.ssa Gianesini, venuta a tenerci una conferenza, ogni generazione ha la sua classificazione degli accessori e delle scarpe. Proprio su queste ultime ci siamo soffermati e abbiamo scoperto che, per la mia generazione, esistono pochissime tipologie di calzature.

Effettivamente devo notare che anch'io non ho molte scarpe differenti, uso scarpe da ginnastica o, tutt'al più, un paio di sandali per l'estate. Possibile che le mie scelte, e quelle degli altri siano guidate solo ed esclusivamente dai gusti personali?

Non credo, anche se non è facile ammetterlo.

Un altro esempio di questo "condizionamento da telefono senza fili" (come lo chiamo io) è quello del cinema. Di punto in bianco esce un nuovo film pubblicizzato e strapubblicizzato ed ecco che milioni di persone lo vanno a vedere, spesso per motivi stupidi come la presenza dell'attrice carina, la colonna sonora della pop-star ecc...

Non so gli altri ma io mi sento un po' presa in giro. Probabilmente per le altre persone non è la stessa cosa dato che tantissime ragazze continuano a vedere qualunque film nel quale possono ammirare il loro attore preferito o il super-bello di turno.

L'unico rimedio per non farsi trascinare è quello di staccarsi dalla mandria. Questo è molto importante, perché aiuta a non fare passi falsi e a ragionare sempre con il proprio cervello. Fare il

contrario, cioè unirsi al branco significa seguirlo nel bene e nel male, essere sottomessi alla totalità del gruppo e, spesso, essere portati a fare cose che non si farebbero da soli.

Queste condizioni mi stanno troppo strette. Diverse volte mi sono trovata però da sola (o quasi) ad andare controcorrente: anche coloro che dicevano di non farsi coinvolgere prima o poi hanno ceduto.

È stato difficile ma io ho sempre mantenuto la mia posizione. È difficile ammetterlo, ma in alcuni campi, come quello musicale, mi sono fatta trascinare da amici che avevano gli stessi gusti. Penso che il campo musicale sia quello che offre maggiori difficoltà rispetto a scelte di tipo individuale. Infatti siamo bombardati da decine e decine di cantanti, di gruppi maschili o femminili, (ma è poi giusto stare così divisi?) coristi ecc...

Il mercato (o la moda) vuole che ci identifichiamo con uno di essi, e si aspetta che alla prima indicazione cambiamo idea e ci identifichiamo con un altro gruppo, e così via.

E che cosa significa questo? Soldi, soldi, soldi. Se non ci identifichiamo abbastanza rapidamente ci pensa una pubblicità martellante a rimbecillirci con tutto quanto porti il nome o l'effigie del mito da imporre. Insomma, credo di avere reso l'idea: siamo proprio circondati. Ma credo anche di aver fatto capire che forse, quel segnale azzurro che rappresenta la moda, non è del tutto un "senso unico".

Giulia Ranzini - 2° F

Essere o apparire?

Essere se stessi è sicuramente difficile e molto spesso ci ritroviamo a soffocare la nostra personalità, al fine di aderire completamente all'assurdo conformismo di un gruppo che discrimina i cosiddetti "diversi".

Ma la diversità non è qualcosa da ritenere una vergogna, bensì un modo per far trasparire, in questo caso con dei vestiti, il nostro "io", le nostre sensazioni, il nostro umore. Vivendo all'interno di una società o comunque all'interno di un insieme di persone più o meno ristretto, ci si ritrova, spesso inconsciamente, o forse spinti da apprezzamenti negativi che ci hanno fatto sentire dei pesci fuor d'acqua, a voler apparire ciò che non siamo e che non vorremmo mai essere.

Ma il sapere distaccare dall'uniformità che ci circonda, dev'essere vissuto come una liberazione da un'opinione impositiva, anche se, inizialmente, il drastico cambiamento sarà imbarazzante.

Se la tua mentalità libera e selvaggia ti ha sempre portato ad indossare quotidianamente i tuoi vecchi jeans scoloriti e una semplice maglia larga che ricade sulle ginocchia, non potrai, così di punto in bianco, costringerti ad indossare strette minigonne e magliette aderenti "solo perché le tue amiche fanno così". Se adori i bei vestiti, l'eleganza e la sobrietà è sciocco apparire con un "junk" solo perché Lex Luthor ha detenuto il record di assestare della classe che ha sciolto di oramai di Kinky. Se invece non ti piace indossare la giacca di cuoio, ma ti piace il jeans, non ti serve a niente se sei stressato, ha andato a nuova moda "sozzaturata". Se hai sempre creduto nei valori familiari, se hai sempre aiutato Tommy, il tuo fratellino di sette anni, a fare i compiti, non è giusto né nei tuoi confronti né nei confronti degli altri abbandonare i tuoi cari sminuendone l'importanza perché "i veri duri non perdono tempo in smancerie da poppart".

E' assurdo, anche se, io come tanti, ho involontariamente imprigionato la mia essenza in una gabbia che tarderà ad essere aperta, anche se con tutta me stessa vorrei vestire diversamente, uscendo dalla monotonia che ogni mattina vedo riflessa nello specchio dell'anticamera.

Il caso più comune forse tra noi adolescenti smarriti è l'imitare ed il voler assomigliare in tutto e per tutto al prototipo di bellezza più in voga del momento, o più semplicemente, alla più carina della scuola, anche se il risultato potrà spesso essere ridicolo, facendoci divenire lo zimbello dell'istituto. Non possiamo cominciare a vestirci come la bella fotomodello cubana Carla Peneka solo perché è riuscita a conquistare il bel Di Caprio, oppure come la nostra compagna di banco Sara perché è considerata la più carina della compagnia. Apparire come Sara, forse, ci permetterebbe di entrare a far parte del firmamento delle più "famosse e attraenti" della scuola, ma ci farebbe poi sentire un'altra persona e il nostro "io" non sarebbe più il nostro, ma l'"io" di Sara.

Lasciata Sara ai suoi shorts e alle sue camicette trasparenti, siamo dunque tornate ad essere NOI e basta, con i nostri jeans un po' lisi e il carigan fucsia e rosso che abbiamo comprato poco fa al Punk Megastore: anche se l'accostamento è pauroso e se la mia amica Roberta leggendo quelle righe inorridirà e andrà a consolarsi facendo shopping, è esattamente il gof' alternativo che volevamo. E va bene così.

L'apparire se stessi e non qualcun altro è una dura lotta che noi giovani dobbiamo combattere, al fine di renderci conto che il bombardamento del media (vedi Pamela Anderson, Eva Herzigova & Co.) è un vero e proprio danno nei confronti della nostra personalità, che viene schiacciata dal magnetismo del corpo perfetto di qualche bella ed anoressica Top Model.

Ci sentiamo sempre più brutti e se non orribili comunque fuori posto e terribilmente diversi da questa moltitudine di donne "bioniche" e uomini perfetti.

Ribellarsi a tutto questo e capire che apparire qualcosa che non

ci rispecchia minimamente è un atto di grande forza e determinazione e il più grande torto che possiamo farci.

L'apparire è moda, una moda soggetta a continue rivoluzioni: l'essere è qualcosa di immutabile e più profondo, qualcosa di interiore e personale.

Essere o apparire? questo non è più un problema.

Chiara Cerrato - 3° D

La moda può essere originalità, creatività, ma anche conformismo, passività.

Ritengo che oggi la moda, o, meglio, la scelta di un particolare stile di vita, sia il simbolo di una scelta più ampia che influenza l'ambiente e il sistema delle relazioni in cui le persone si trovano ad agire. La scelta di uno stile architettonico o di arredamento o, ancora, il modo di vestire di una persona spesso ne delineano la mentalità.

La moda in origine è "uniforme" sociale. È l'insieme dei segni che una certa élite inventa per distinguersi dalla massa: quando la massa si è impadronita a sua volta di questi segni, bisogna inventarne di nuovi. Ciò spiega come la moda sia commessa alle differenziazioni sociali e alla loro evoluzione nel corso dei secoli. In alcuni periodi della storia, l'abbigliamento doveva adeguarsi al titolo e al grado della persona per sottolineare le distinzioni sociali: le leggi per limitare il lusso erano viziate dalla vanità dei nobili, quando le classi privilegiate possedevano una vistosa ricchezza.

In tempi più vicini a noi tutto il sistema viene messo a soqquadro: il ritmo diviene frenetico, tutte le mode sono valide nello stesso tempo: non esiste più distinzione fra ceti, età e perfino fra sessi diversi. La moda e la bellezza sono divenute accessibili a tutti: la moda dei ricchi si trasforma in moda di massa e diventa spettacolo. Come una cultura, la moda riguarda tutti, e tutti si sentono coinvolti, essa si diffonde sempre più, aumentando le sue creazioni: si allarga il ventaglio delle offerte. Negli anni sessanta per esempio, una forte ondata innovativa di cambiamenti ha portato l'intera società a rimettere in discussione le tematiche del vivere civile. L'insegnamento nelle scuole, le riforme nell'ambito sindacale, l'anno del sessantotto ha dato il via ad un movimento rivoluzionario condotto dai giovani, "la nuova generazione", che si è esteso in tutto il mondo.

La moda comprende vastissimi campi, ma uno sul quale vorrei soffermarmi è quello della musica, espressione di pensiero, di ideali, della parte interiore di ognuno di noi. Anche la musica crea particolari tendenze, ma non si può confrontare la musica di "oggi" con quella di "ieri".

Negli anni sessanta l'intramontabile gruppo dei Beatles ha dato inizio ad uno dei momenti più significativi nel corso della musica: i testi, scritti per la maggior parte in poesia, esprimevano stati d'animo, emozioni e l'universale voglia di rivoluzionare e il modo di agire nella vita. Quei quattro ragazzi hanno saputo con i propri strumenti e la propria voce creare una moda contro corrente rispetto ai tempi, che persiste tuttora. Anche l'abbigliamento ha subito i cambiamenti: i pantaloni a zampa dilatata, il taglio di capelli "à la Beatles".

I giovani tendono a conformarsi in tutto e per tutto a determinati modelli estetici, ciò significa profonda incertezza, a a quale si tenta di ovviare scaricando tutto ciò che è personale nel gruppo, rinunciando alla propria personalità.

Negli anni settanta è stato imponente il fenomeno della musica rock, chitarristi come Jimmy Hendrix, Frank Zappa hanno dettato le leggi della musica. Sono aumentati i gruppi musicali: i Queen, Led Zeppelin, Doors sono stati e sono tuttora modelli imitati in tutto il mondo; la loro musica è ascoltata, apprezzata e ricercata.

Spesso in un gruppo è il leader che detta la moda. La persona con più qualità esteriori ed interiori, quella più stimata dalla comunità diventa un modello per tutti.

Moda e bellezza però, possono divenire un peso, appaiono come obblighi, ai quali è impossibile sottrarsi. La moda che vorrebbe sopprimere le differenze sociali, in realtà crea differenze e antagonismo di tipo nuovo e diverso: i giovani contro i meno giovani, le persone grasse contro le magre. Spesso sulle passerelle sfilano modelle con un corpo molto magro, indossando vestiti aderenti, così le adolescenti per imitarle iniziano a fare una dieta, utilizzando qualsiasi mezzo, fino a diventare anoressiche, problema molto diffuso da qualche anno. Per fortuna sta a poco a poco ritornando la moda che esalta le forme, che richiede un corpo sano e tonificato.

La moda è anche politica: ogni nuovo regime crea la propria moda: l'uniforme di Mao, la barba alla Fidel Castro, gli stracci studiati degli Hppy. La moda immagine per eccellenza vede moltiplicato il proprio potere in un'epoca dominata dalle immagini.

L'Acqua Camilla - 3° F

Molti altri temi sono risultati particolarmente apprezzabili. Per motivi di spazio citiamo solo alcuni autori: Alessandra Russo (1° A), Tommaso Parterana (1° D), Nicola Mogno (1° C), Giulia Terranova (1° B), M. Elena Zanini (II B), Gaia Malena (2° D), Agnese Gomboli (2° A), Irene Loreti (2° E), Luca Sabatino (2° F), Claudia Carini (3° B), Simona Basile (3° C), Francesca Leonardi (3° D), Alessandro Bevacqua (3° E).

Va di moda partecipare e... vincere

Ricordate il concorso "La scuola del futuro" vinto nel '97 dalla classe 1a F?

Quando è uscito il giornalino dell'anno scorso la classe stava per partire per Parigi; beh, ragazzi è stata un'esperienza splendida: abbiamo conosciuto giovani di tutto il mondo e ci siamo confrontati con loro, abbiamo visto cose meravigliose e vissuto momenti indimenticabili: tra l'altro la frase ideata da noi è stata scelta per essere letta davanti a tutti i rappresentanti del mondo nella sede dell'UNESCO, ed il nostro gruppo è arrivato 2° nel fil rouge che accompagnava la manifestazione. Ci sentivamo di rappresentarvi tutti, è stato bellissimo. Anche quest'anno il raccolto è stato buono: abbiamo vinto il concorso "Un viaggio" abbinato alla Prima Borsa internazionale del turismo scolastico, una nostra compagna ha vinto un viaggio a Disneyland Paris con un racconto sul tema "Un gesto eroico" e infine abbiamo vinto il concorso nazionale "Vivi il Medio Evo" con un lavoro che ci ha fruttato i complimenti di Dario Fo (espressi per telefono e con delle bellissime lettere). Siamo stati chiamati prima a rappresentare la nostra opera nel cortile di un vero castello duecentesco, che poi ci ha ospitato tre giorni per un meraviglioso soggiorno premio.

E non è finita là: 1° C ha vinto il concorso: "Il futuro è l'Europa": due compagni voleranno a Strasburgo e ci racconteranno tutto nel prossimo giornalino. Evviva!

Un grazie particolare alla ditta "Arti grafiche De Carli" e al giornalista del "Corriere della Sera", Ugo Savoia per il competente, preciso e generoso aiuto offerto per la realizzazione del giornalino.