

MARIO DELL'OGGIO

IL GENTILUOMO
senza CAPPELLO

UNA PROSPETTIVA ANARCHICA SULL'ELEGANZA MASCHILE

EDIZIONI

LEIMA 

MARIO DELL'OGGIO

IL GENTILUOMO SENZA CAPPELLO

UNA PROSPETTIVA ANARCHICA
SULL'ELEGANZA MASCHILE

EDIZIONI
LEIMA 

IL GENTILUOMO SENZA CAPPELLO
Mario Dell'Oglio

EDIZIONI LEIMA, PALERMO, 2015
COLLANA LE MANI, N° 4
ISBN: 978-88-98395-27-9

2013 © EDIZIONI LEIMA

2015 PRIMA EDIZIONE

REALIZZAZIONE EDITORIALE:

Editing: Roberta Impallomeni

Contributi a redazione e correzione del testo: Azzurra Sichera

Progetto grafico: Roberta Impallomeni

Consci del lungo lavoro legato alla buona realizzazione di ogni volume, e sapendo per esperienza quanto sia difficile produrre un testo assolutamente privo di errori, saremo grati a tutti i lettori che vorranno gentilmente segnalarceli, o che vorranno darci qualsiasi suggerimento per migliorare.
Scriveteci a:

Edizioni Leima
via Altavilla 55, 90142 - Palermo

libri@leimasrl.it
www.edizionileima.it

IL GENTILUOMO SENZA CAPPELLO

UNA PROSPETTIVA ANARCHICA
SULL'ELEGANZA MASCHILE

Ai miei figli Vincenzo, Costanza e Giuseppe Alberto

SIAMO PROPRIO SICURI CHE L'ABITO NON FACCIA IL MONACO?

Quando penso al maschio italiano, il più delle volte mi appaiono davanti agli occhi due immagini che vanno in direzioni completamente opposte.

La prima è quella di un bellimbusto sicuro di sé, vestito con un abito tagliato su misura che gli calza a pennello. È un uomo che già al primo impatto ti rivela la sua forza; il suo aspetto, curato in ogni dettaglio, è l'immagine del controllo di ogni parte della sua vita, un'esistenza calibrata per godere al massimo ogni momento. Questo esemplare d'uomo cammina per il mondo fiero, a testa alta; sa di catalizzare ogni sguardo, è un magnete che cattura l'attenzione di chiunque.

L'altra faccia della medaglia è, ahimè, "l'americano a Roma" Alberto Sordi. Maglia della salute e cappellino, questo secondo tipo di maschio ha un'unica, grande, soddisfazione: guardare il piatto di maccheroni con la forchetta in mano, minacciando "Io me te magno".

Siamo proprio in mezzo a questi antipodi e, quando esco per la strada, l'ago della bilancia oscilla tra l'uno e l'altro, trema, vibra e il più delle volte... pende tremendamente verso l'Albertone nazionale!

Maschi d'Italia, diamoci una svegliata! Siamo proprio sicuri che l'abito non faccia il monaco?

Mi capita troppo spesso di dover soccorrere mogli affrante, madri disperate, sorelle, cognate, nonne disgustate dal cattivo gusto nel vestire dei loro uomini di casa. Queste poverine vengono da me piene di speranza, gonfie di propositi, sentendosi colpevoli per la cravatta a fiori, il sandalo di gomma, il calzino sgualcito, il vecchio pantalone pendente del marito, compagno, fratello. E a tutte loro posso dispensare consigli, cercare di aggiustare il tiro, al limite anche provare a disegnare qualcosa per risolvere il gramo gusto del maschio che non si sa vestire. La verità, però, resta una: il più delle volte questi miei tentativi sono destinati a fallire.

Negli anni ho imparato che puoi cercare di cambiare il pelo al lupo, ma il vizio resta, radicato e profondo, negli occhi e nella testa di chi si sta vestendo. La trasformazione non può essere messa in atto se non prende il via da dentro; se non accende nel petto di chi si guarda allo specchio una miccia, una mina; se non provoca un'esplosione che cambierà per sempre il proprio modo di guardare a se stessi, di vedersi nel mondo, di sentirsi parte di un ambiente costellato di codici, riti, bellezza.

Forse non siamo soltanto ciò che vestiamo, ma sicuramente i primi segnali che inviamo a chi ci sta intorno sono visivi, costruiti e appesi alle nostre braccia, drappeggiati sulle nostre membra e non possiamo disfarcene, non possiamo farne a meno: siamo destinati a essere schiavi prima di tutto della nostra immagine.

Mario Dell'Oglio tutto questo lo sa bene. Da oltre un secolo la sua famiglia ha vestito i più illustri uomini di Sicilia - e non solo. Lui stesso è cresciuto in una bottega in cui l'arte e l'eleganza si sono sposati ai tempi che cambia-

no colori e fogge, trasformano figure, modelli, modalità di confronto con il mondo esterno.

Per questi motivi penso che sia tra quei pochi che possano dispensare consigli di stile e suggerire a ogni "gentiluomo" quale tessuto, nuance, taglio si addica all'occasione a cui si appresta a partecipare.

Spesso noi maschi siamo imbarazzati dall'idea di doverci affidare a un occhio esterno, al gusto di qualcun altro per raggiungere quello che sentiamo essere il "nostro" outfit ideale, quello che rispecchia l'idea più alta e nobile che abbiamo di noi.

In questa guida al buon gusto, Mario ha il pregio di porsi di fronte a diversi modelli reali e concreti, di rifarsi a persone che conosce costruendo un dialogo con le loro scelte, scavando dietro alla decisione di indossare una giacca di lino, velluto o lana pettinata. Questo, in fondo, è il compito più alto di chi vuole aiutare coloro che non sanno che cosa sia il dress code: entrare nell'intima regione delle loro scelte, comprenderle senza giudicarle e indirizzare lo sguardo verso ciò che meglio si presta a rivelare l'uomo dietro il vestito.

Il mio appello non è rivolto soltanto a chi alla moda non si è mai avvicinato, a chi non ha nemmeno mai pensato che scegliere i colori da abbinare potesse riguardarlo. Il mio grido deve arrivare anche a chi è convinto di saperci fare e si guarda compiaciuto allo specchio con un'accozzaglia di fantasie e colori addosso. È un grido d'orrore.

Uomini italiani, è scoccata l'ora ultima, quella da cui non si fa ritorno!

Abbiamo tenuto alto per secoli lo stendardo della raffinatezza e del gusto. Siamo stati i migliori in ogni campo ar-

tistico, nessuno meglio di noi ha saputo scegliere le armonie, i contrasti, le forme giuste per raccontare il proprio mondo.

Non ci sono scusanti, scorciatoie, nascondigli per chi pensa che, per proiettare un'immagine vincente, bastino un pizzico di gusto e due di personalità. Scegliere l'abito è pari a mischiare i giusti colori sulla tavolozza, a sapere quale sia la durezza di grafite ideale, a definire la grammatura della carta o della tela: non si va da nessuna parte se non ci si prepara prima.

Se non conosciamo la differenza tra un follato, un pettinato, un filato sottile di lana, allora non vestiamoci.

Oppure leggiamoci una guida appassionata, sincera e affascinante come questa e forse, allora, diventeremo davvero degli artisti del vestire.

ENZO MICCIO

UNA GIORNATA MERAVIGLIOSA

Il mio negozio esiste a Palermo dal 1890. Centoventicinque anni di storia, una vertigine di tempo.

Se guardo la porta, quella di ottone e vetro che dà su via Ruggero Settimo, non riesco a smettere di pensare a quante volte si sia spalancata per fare entrare in boutique uomini alla ricerca di qualcosa che li valorizzasse.

Il mio bisnonno l'ha aperta all'armatore Vincenzo Florio, ed è stato al suo fianco nella scelta degli accessori che avrebbero fatto risaltare la sua naturale raffinatezza, sostenendolo nell'affermazione dei suoi affari in ambito europeo.

Mio nonno ne ha preso il testimone e, durante l'ultima guerra, ha vestito gli ufficiali più importanti, aiutandoli a recuperare quell'umanità che la cura di sé contribuisce a mantenere salda, preservando dalla bestialità della violenza.

Mio padre ha vestito la borghesia intellettuale che ha caratterizzato la Palermo degli anni '60 e '70: Renato Gutuso, che comprava solo pullover rossi di cachemire; Leonardo Sciascia, chiamato *'u Prufissuri*, fedele acquirente delle nostre camicie bianche; e Renzo Barbera, habitué delle camicie con il collo con la pistagna con due bottoni.

Oggi ci sono io. Straordinariamente felice di quello che la mia famiglia mi ha consegnato: non solo una tradizione ultra secolare che si rinnova nei negozi, adesso tre, ma so-

prattutto una sensibilità e un'esperienza nell'osservazione dell'uomo alle prese con gli oggetti dell'abbigliamento, che è diventata una mia attitudine costante; una ricerca che si è tramutata in una serie di appunti che mettono in relazione la personalità, i desideri e gli obiettivi dei gentiluomini con le loro scelte di stile.

La prospettiva maschile, vista da questo punto di osservazione privilegiato, non è male: uomini desiderosi di fare emergere tutte le loro potenzialità, che vogliono imparare a stare bene con se stessi e con gli altri.

Il mio lavoro è quello di metterli davanti a uno specchio che li costringe a porsi delle domande: "Mi piaccio? Sto bene?".

È questione di attimi, in cui l'uomo s'illumina, lasciando affiorare soddisfazione, pienezza e orgoglio: tre sentimenti che riescono a trasformare completamente l'aspetto di quell'uomo che li sperimenta.

Non c'è nulla di cui essere più orgogliosi che di sé.

Io vesto per la relazione, vesto per crearla, e la prima che creo attraverso gli abiti è naturalmente quella fra l'uomo e se stesso.

I vestiti non devono essere superficie, ma interfaccia dinamica. Prima di tutto, devono raccontare chi li indossa, qual è il suo umore e qual è la sua proiezione nella giornata, e devono predisporre all'approccio con gli altri.

Utilizzati in questo modo, gli abiti diventano strumenti indispensabili alla definizione del gentiluomo contemporaneo. Qui al Sud, dove sono stati codificati tutti gli archetipi dell'italianità (basti pensare a quello dell'uomo, completamente imbastito sulle caratteristiche della mascolinità, della galanteria, dell'impetuosità), del gentiluomo si preservano molti aspetti. Di padre in figlio si tramandano i codici comportamentali: si

coltiva l'orgoglio, ma anche la raffinatezza e la ricercatezza di alcuni aspetti della propria immagine.

È usuale che il figlio indossi qualcosa che è appartenuta al padre, se non addirittura al nonno: un cappotto, una giacca, un orologio. Non un semplice oggetto, ma quasi un totem che gli conferisce fierezza, appartenenza, fiducia: qualcosa che viene da lontano e proietta nel futuro.

Da questa consapevolezza nasce l'idea di condividere alcune brevi osservazioni sull'eleganza maschile, sulle sue caratteristiche e sulle sue evoluzioni nella contemporaneità.

Con questo volume, così come cerco di fare ogni giorno nelle mie boutique, vorrei portare l'uomo a stupirsi di sé; perché, se riusciamo a provare stupore, saremo capaci di farlo provare a nostra volta, e non saremo inchiodati sui nostri punti fermi. Piuttosto, come un vero gentiluomo, saremo in grado di usare sapienza, conoscenza, ironia, leggerezza ed evoluzione costante, per andare incontro a una giornata meravigliosa con il sorriso.

ATTITUDINI MASCHILI ALL'ABBIGLIAMENTO NEL CORSO DEL MILLENNIO

Avete visto come veste Mark Zuckerberg? Come si presenta Marchionne al consiglio di amministrazione? E le maniche arrotolate delle camicie di alcuni politici italiani, i colletti sfiabbiati, la maglia nera al posto della giacca? Il potere si è cambiato d'abito. Alcuni potenti di oggi, tendono a rappresentarsi "normali". Mentre prima era l'uomo medio a guardare ai potenti per orientare i suoi gusti, oggi i maggiori vertici della politica e soprattutto dell'economia si ispirano all'uomo di strada. È un meccanismo insidioso perché, più che una vera esplosione di creatività, questa tendenza sembra raccontare di come ai vertici si sfrutti la quiescenza delle masse. Più i prodotti mostrano il tuo nome sul barattolo o sull'etichetta, più esso diventa oggetto di mercato.

Ma c'è un risvolto positivo interessante: più sarai creativo ed esigente verso di te, più obbligherai il sistema a essere sofisticato e a rappresentare la tua diversità.

Se il potere del mondo dipendesse da te, come lo vestiresti? E tu, come ti vesti per essere padrone della tua vita?

Un uomo elegante è un uomo che si muove con naturalezza e con leggerezza, esprime consapevolezza, è dritto

e centrato, e si relaziona con il contesto. L'allenamento per migliorare se stessi è una costante che deve progredire fino ad annullare lo sforzo per raggiungere fluidità.

Lo stile è la rappresentazione, il dato visibile di un carattere, un'espressione della vita urbana. Alla città sono legate le due scienze mondane per eccellenza: l'economia e l'estetica. Questi due concetti sono così legati da comportarsi come gemelli: talmente simili da dover fare di tutto per differenziarsi. Così, oggi, sembra che "economia" voglia significare solo pragmatismo e necessità, mentre "estetica" sembra essere sinonimo di imprecisione e superficialità. Maschile la prima, irrimediabilmente femminile la seconda.

Da un lato l'uomo economico, dall'altro la donna estetica.

Invece i principi economici e quelli estetici sono talmente intrecciati da dare ordine etico alla nostra società. Entrambi concorrono alla ricerca comune della sensibilità umana nelle sue implicazioni pratiche e conoscitive. L'economia è controllo e l'estetica è controllo dell'immagine¹, e si rivelano reciprocamente in quello che chiamiamo "stile di vita".

C'è un fenomeno di rinnovamento in atto che ha a che fare con la redistribuzione del potere, del quale non possiamo non accorgerci. C'è un'esplosione in corso che riguarda la società, la politica e l'intera gestione del lavoro. E che ha inevitabilmente a che fare con il mondo maschile, perché fino a poco tempo fa era l'uomo l'assoluto legislatore di questi ambiti. I luoghi del potere, in cui la preoccupazione predominante è stata quella di distinguerlo e identificarlo, mantenendo costante l'abito per assecondare il bisogno di ricono-

1. Barbara Carnevali, *Le apparenze sociali*, Il Mulino, Bologna 2012.

sibilità e l'assenza di destabilizzazione, sono stati plasmati secondo i gusti maschili. Ma una rapida occhiata al mondo del lavoro delle nuove generazioni mostra una mappa totalmente rovesciata: la mobilità ha surclassato l'idea del posto fisso, e l'impiegato è stato sostituito dal freelance.

Inoltre, pubblicità e digitalizzazione hanno portato imprese e industrie di qualsivoglia settore a un'unica considerazione: la creatività è un valore.

Nessuna impresa innovativa contemporanea potrà ignorare la trasversalità dell'aspetto creativo e il suo ruolo determinante nella distinzione e nel miglioramento del proprio lavoro. La contemporaneità impone che la creatività sieda nella sua poltrona in ogni cda. In un articolo apparso su *The Economist* (settembre 2012) si può leggere:

"Se fino a qualche tempo fa le aziende amavano a tal punto i dirigenti *quadrati* da combattere una battaglia contro la genialità, oggi prevale il pregiudizio opposto. Creatività vuol dire investire nelle risorse umane, pensare all'immagine della propria azienda, scegliere canali chiari ed efficaci di comunicazione; vuol dire non pensare in termini di profitto, ma di evoluzione, di progettualità, di futuro. Creatività vuol dire tenere presente il feedback che la società ci rimanda".

Da questo presente mutato, approfittando dell'azzeramento del nostro immaginario, l'uomo contemporaneo che gestirà il potere domani - primo fra tutti il potere sulla vita - può ricominciare a vestirsi.

Il potere della creatività è quello di tradurre un pensiero in un'azione, un'idea in una soluzione, un'intuizione in un progetto. Questa è la grandezza del nostro tempo: avere messo la conoscenza a disposizione di tutti, così che resta alla declinazione del singolo la capacità di fare la differenza.

Cadono gli imperi dell'ordine, della simmetria e dell'etichetta per fare spazio alla diversità, alla novità e allo stile personale.

Investire e avere cura nel vestire ha oggi per noi la stessa valenza che per anni abbiamo accordato al linguaggio, alla scelta delle parole usate per comunicare con il mondo. Perché gli oggetti del nostro abbigliamento comunicano prima ancora che noi apriamo bocca e, come le parole, ci aiutano a stringere le nostre relazioni e a conseguire i nostri obiettivi e desideri.

Quando si parla di abiti, in definitiva, si parla di umanità.

LA PROSPETTIVA ANARCHICA SICILIANA

Vai a spulciare la biografia del tuo sportivo preferito, dell'attore nel quale ti riconosci di più, del politico che ti ha più entusiasmato, del comico che ti ha fatto più ridere: spesso troverai origini siciliane. Se non lo erano il padre o la madre, lo erano i nonni o i bisnonni. E se l'influenza non è di sangue, scoprirai che fondamentale per la sua carriera è stato quell'amico di famiglia catanese, palermitano, insomma, siciliano. Quando attraversiamo il mare e raggiungiamo i nostri obiettivi al massimo delle nostre potenzialità, noi siciliani abbiamo stile.

Io sono nato siciliano. A quest'Isola devo molto, dalle tradizioni familiari alla fortuna di abitare un luogo che è un allenamento costante alla bellezza. Nascere in Sicilia e guardare il mondo da qui vuol dire anche essere più tenaci e più bravi degli altri, per rabbia e per riscatto. Forgiati a tante forti, tra contrasti e contaminazioni, noi uomini siciliani abbiamo necessariamente maturato uno stile immediato, riconoscibile, di impatto. E soprattutto versatile, ottimo per attraversare il mondo e raggiungere i risultati migliori.

Lo stile ha le sue bandiere. Nette e riconoscibili. Un piccolo giro del mondo consente di individuare senza difficoltà lo stile italiano, quello francese, quello anglosassone. Lo

stile dell'uomo classico è quello che viene direttamente da Londra, da Savile Row, dove veramente la divisa è diventata giacca e, sotto forma di indumento, è tornata nelle colonie del Commonwealth come un esercito occupante. Oggi gli inglesi nell'abbigliamento classico risultano un po' tristi, decisamente incastonati in vecchi blasoni, ma recuperano con un fantastico mix del contemporaneo, anche se solo una nicchia di persone sa esprimerlo significativamente.

Lo stile americano è quello anglosassone giocato al ribasso, un po' svalutato, decisamente incapace di puntare sulle fogge.

Poi ci sono le armate del futuro: belgi e giapponesi, che hanno rappresentato l'avanguardia, i primi a metà degli anni '80, i secondi alla fine dei '70.

L'esordio dei belgi avvenne al Pitti Trend nel 1986, quando vennero presentati i sette stilisti formati alla scuola di Anversa: Dries Van Noten, Ann Demeulemeester, Martin Margiela, Dirk Van Saene, Marina Yee, Dirk Bikkembergs, Walter Van Beirendonck. Tra questi il più grande, Martin Margiela, è riuscito a distruggere tutto quello che è patrimonio comune del vestire, riducendolo all'essenza, partendo da come si costruisce una cosa e riconcettualizzandola. Con la sua giacca fatta dal manichino Stockman, delegittima l'oggetto e lo ricostruisce con la forma di ciò che sta sotto qualunque capo (cioè il manichino stesso), ma con stile e nuova forma.

Margiela afferma il principio che la moda è tutto e niente se non sai andare all'essenza, ovvero il saper creare e costruire le cose. In tutto il suo lavoro ci ha insegnato come si parte dall'ABC, dalle fondamenta, per poter costruire una storia; nel suo caso una storia di stile. Secondo molti, è stato l'ultimo vero stilista.

In Giappone, Kenzo e Issey Miyake furono i primi a far girare il mondo del fashion dall'altra parte: disegni, colori sgargianti e forme innovative. Successivamente Rei Kawakubo e Yohji Yamamoto presentarono quello che venne recepito come minimalismo ma che, a pensarci bene, era fatto di dettagli importanti e forme ricche.

I francesi sono innovativi, ma fortemente legati alle linee pulite: non fanno contaminazioni, se non molto riverenti. Gratificano sempre un canone che rispettano; benché libertini, in fatto di moda sono molto rispettosi. Gran parte della loro creatività la sviluppano negli accostamenti dei colori, che talvolta sono in nuance con dei piccoli scarti di tono. Si impara, dai colori usati dai francesi, la voglia di accordare piuttosto che contrastare, cosa che invece amano fare gli italiani. I francesi guardano allo stile italiano, alla sua essenza poco ossequiosa, e grazie alla capacità di inglobare i nostri contrasti nella loro limpidezza, riescono a creare un'eleganza estremamente seducente, forse un po' troppo colta. Noi siamo i dominatori del contrasto: abbiamo nel patrimonio genetico una tale sicurezza nel conoscere a fondo l'alfabeto della moda, la manifattura, il tessuto, la forma, che ci consente di osare più degli altri. Lo stile italiano ha dei forti ancoraggi al mondo del classico, ma quando opera in salute lo innova, lo contamina con elementi outsider inconsueti, ma armonizzati dalla creatività e dalla consapevolezza della tradizione e della cultura in cui si muove.

Direi che la moda francese sta a quella italiana come la Nouvelle Vague sta al Neorealismo: sicuramente più ricco di contenuti il secondo; incisivamente ancorato alla società, ma onestamente più ammiccante, lussuoso e vendibile il primo.

Questo piccolo giro del mondo, mi consente di focalizzare l'attenzione su una zona eccezionale del panorama italiano, una zona culturalmente stratificata per eccellenza, povera e ricca, colta e ignorante, estrema, sfacciata e insieme pudica, classica, barocca, minimale, rocciosa, selvatica e solennemente Liberty: la Sicilia.

Hanno da dire, i siciliani, in fatto di stile.

Nell'accezione più gentile, più ampia e più colta, "siciliano" è un aggettivo che indica distinzione, insularità, confine e diversificazione. L'osservazione di un abitante dell'Isola e del suo modo di vestire porta alla scoperta di una caratteristica che è propria del suo spirito: in qualunque contesto, dal più formale al più casual, dal banchiere al contadino, un uomo siciliano, soprattutto uno maturo, indosserà un elemento che per lui è sinonimo di eleganza. Un oggetto un po' sopra il canone, anche quando il canone è al top; un accento in più, una cifra di distinzione.

Il siciliano ha un'eleganza atavica, eredità di secoli di cultura, oggi tradotta in un'originalità autoctona: il risultato di un allineamento perfetto fra il dentro e il fuori. Se per secoli il siciliano è stato sinonimo di mistificazione, di apparenza senza sostanza, di vertiginosa compresenza fra pieno e vuoto, di disallineamento fra volontà e azione, la sua contemporaneità sta nel ribaltamento di questa prospettiva. Laddove un tempo il suo stile è stato identificato con l'eleganza irriverente del saper fare ricco il povero, onesto il bastardo, educato il cafone - con esempi manifesti nella cattedrale di Palermo, trionfante fuori e mesta dentro -, oggi prevale un desiderio di reale conoscenza di sé e di orgogliosa esibizione di uno stato, di un senso, di un modo di vivere

contemporaneo. Il siciliano ha maturato l'orgoglio legato al sentimento della consapevolezza. L'orgoglio di un uomo che ha trovato un equilibrio cosciente della propria bellezza e della propria insicurezza, che sa riconoscere la propria fragilità perché si osserva nel profondo, nel cui cuore è viva l'autocritica che gli dà la spinta e gli consente la crescita continua e costante di sé.

In Sicilia parliamo un linguaggio che è fatto di mescolanze e di contrasti che hanno trovato equilibri sempre diversi, che sono stile ed eleganza quando sanno usare l'eccesso fermandosi un attimo prima della volgarità.

Fierezza, pienezza, solidità, intensità, coraggio nell'affrontare l'errore, ironia, mistero e una classicità scomposta sono i valori del siciliano. Una lingua che si esprime con tinte forti, tessuti materici, decisi, ammorbiditi dalla dolcezza delle linee.

Lo stile siciliano è quello di una nobiltà anarchica.

Ed è dallo sfondo di questo stile unico che si staglia la sagoma di un gentiluomo capace di indossare la sua storia e di creare un legame con il mondo utilizzandone ogni tassello.

In questi anni di osservazione degli uomini siciliani, mi sono reso conto di come la millenaria storia poggiata sulle nostre spalle si sia trasformata, più che in un abito, in un portamento e in un insieme di cuciture che ci fanno muovere fluidamente nella cultura globale.

Il Gentiluomo Siciliano oggi è nel mondo, ha attraversato il mare. Ha abbandonato posizioni contemplative, pensa a come agire e agisce sapendo di dovere coltivare una visione. Parla con chiarezza, non usa inganni. Sa dove vuole arrivare e ci arriva. E dove non ha i mezzi, li costruisce.

Questo carattere siciliano si è riversato nitidamente su un modo di vestire, che permette alla sua eleganza di essere riconosciuta ovunque.

Il Gentiluomo Siciliano sa ricercare dettagli inglesi, francesi, italiani e li sa miscelare con la sua naturale indole alla mescolanza culturale. Nell'abbigliamento si fa guidare da un mix fra la sua sensibilità e gli input provenienti dall'esterno. Brillantissimo è l'uso del carattere del Gentiluomo Siciliano nell'abbigliamento. Si veste proiettandosi sempre verso l'occasione cui sta andando incontro; è un cultore delle relazioni umane e sa che i suoi vestiti sono come delle mani tese, delle strette di presentazione. Pensa che l'abbigliamento sia sempre parte dell'azione, la quale ha a che fare con la soluzione pratica delle cose, con la traduzione dei propri bisogni; cerca fogge, colori e tessuti che possano seguirlo nel suo movimento, che gli diano fluidità nell'andatura, che diventino la sua camminata, il suo portamento. Il Gentiluomo Siciliano è naturale in qualsiasi circostanza, sa osservare e catturare il bello. Si veste esprimendo la chiarezza del suo parlare, ostentando con fierezza ciò che vuole sottolineare. Il Gentiluomo Siciliano è etico per desiderio di libertà.

Dalla conoscenza che si è allenata in quest'Isola, si può cominciare a vestire l'uomo contemporaneo.

OSSERVAZIONE E OSSERVAZIONI

L'idea di questo libro è quella di avere a che fare con l'essere umano maschio alle prese con l'elaborazione di un proprio stile, tra le suggestioni del Millennio e il suo modo personale di rapportarsi all'abbigliamento: come lo sceglie, come lo combina, come lo usa e come lo porta in giro nella sua giornata e nei suoi luoghi? Fino a che punto l'uomo contemporaneo conosce le potenzialità del suo guardaroba, le fogge, i colori e i tessuti? Ed è in grado di usarli per i suoi scopi e fini?

La mia storia professionale - oltre agli innumerevoli incontri casuali e veicolati nel tempo libero - mi mette quotidianamente in relazione con l'universo maschile siciliano, che è il mio metro di paragone per fare delle considerazioni sullo stile degli uomini che incrocio nei miei frequenti viaggi.

Le mie giornate cominciano presto, in qualunque città del mondo io mi trovi: alle sei e trenta scendo in strada a correre. Un allenamento costante, un appuntamento con me stesso, che in più mi consente ogni mattina di osservare gli uomini che vanno a lavoro. Uomini squadriati in abito grigio scuro, giacca, cravatta e tutto il resto. Stanno iniziando le loro lunghe otto ore da bancari altolocali, primari, avvocati, ingegneri, imprenditori, politici, architetti; hanno tutti fretta di raggiungere la loro posizione-postazione.

Mentre li osservo, penso che quella pelle scura e rigida, ingessata, l'hanno indossata subito dopo il risveglio.

Ognuno di loro è sceso dal letto, ha bevuto un primo caffè, ha fatto la doccia, si è rasato con cura, ha tamponato la pelle con una crema dopobarba. Poi ha aperto il guardaroba e ha preso gli indumenti che gli servivano, che non sono pochi e che non dovrebbero nemmeno essere un insieme casuale, ma un'organizzazione sistemica. L'intimo, molto più frequentemente boxer di marca, calzini in accordo al vestito, una camicia fresca e ben stirata, possibilmente sui toni del celeste: la giacca, i pantaloni e la cravatta, immancabile segno di appartenenza.

Nel giro di poche decine di minuti, un uomo si veste senza prendersi il tempo di sentire come sta, dove vuole andare, chi desidera incontrare. Già alle sei e trenta del mattino il bancario mette sull'estremità ultima di se stesso una serie di scelte fatte a monte.

Con sicurezza ha allungato la mano nell'armadio dove ci sono i vestiti dei giorni lavorativi, e sono tutti uguali. Li ha scelti prima, senza sapere come sarebbe stato oggi, perché di oggi sapeva comunque che sarebbe stato un bancario. Li ha scelti perché ha visto i suoi simili fare così, perché la società veste i bancari così. Ma l'esempio potrebbe essere fatto ugualmente con un avvocato, un ingegnere, un manager.

Forse si è lasciato consigliare da sua moglie. Forse suo padre, che faceva il suo stesso mestiere o uno analogo, seguiva quotidianamente la stessa routine. O forse suo padre faceva tutt'altro, e per tutta la vita il bancario ha aspettato di indossare un abito che marcasse la differenza rispetto al genitore.

Chi occupa una posizione che ha dei parametri precisi si veste per la casella nella quale vuole essere riconosciuto e,

dal momento che il potere è in buona parte identificazione, viene evitata qualsiasi piccola diversificazione che possa alterare l'equilibrio.

L'ARCHITETTO, O DELLA CREATIVITÀ BILANCIATA

Il mio amico Matteo fa un lavoro creativo a Milano, è un architetto. Lo guardo sempre con piacere quando ci incontriamo nella sua città. Quando ci vediamo a pranzo, indossa pantaloni larghissimi con il cavallo sceso a mezza coscia e molto più corti del normale; sopra i pantaloni ha una stratificazione di maglie dai diversi accostamenti cromatici, e la più intima di queste ha la scollatura larga; infine, completa la sua mise con una sciarpa di tessuto grezzo.

Un giorno non ho resistito alla tentazione di cominciare una discussione su come organizzasse il suo abbigliamento.

“Matteo, tu quando la mattina ti vesti, ti prendi un po' di tempo per pensare a come stai? Vestendoti, hai il desiderio di esprimere te stesso?”

“Mah, sì”.

“Non ti vesti da *architetto*. Ti vesti da Matteo, che fra le altre cose è anche un architetto a Milano nel 2015, no?”

Matteo mi guarda, un po' perplesso per tutte queste domande e alla fine risponde:

“Credo che il fatto di appartenere alla categoria architetto-Milano, abbia il sopravvento su come sto all'inizio di ogni giornata”.

“Quindi un po' ti vesti da architetto?”

“In realtà, un po' sì...”.

Accidenti. Come, un po' sì? Anche lui, che ho sempre guardato come un esempio di stile libero?

Se anche fuori dagli schemi si ripongono meccanismi di identificazione, la questione merita un approfondimento.

“Mi vesto da creativo. Mi adeguo a un mondo che sa dar-mi apparenti margini di libertà; insomma se andassi in giro al Salone del Mobile in gessato darei nell'occhio, sarei fuori registro. Quando vivevo a Berlino, nel mio ambiente era in voga vestirsi di nero e io mi vestivo di nero; mi distinguevo nettamente dagli altri, ma appartenevo chiaramente al mio universo: l'universo dei creativi a Berlino alla metà degli anni '90”.



#gentiluomosiciliano la tradizione ha le sue regole, la trasgressione anche

L'AVVOCATO, O DELL'AFFERMAZIONE DI SÉ ÜBER ALLES

Le sei di un primaverile pomeriggio a Palermo: ho incontrato il mio amico Roberto alla presentazione di un libro. Roberto ha cinquantatré anni, è un uomo bello ed elegante, uno di quelli che guardo sempre con piacere perché dalla sua figura in qualche modo traspare parte della sua intelligenza.

L'ho visto arrivare in giacca e cravatta, e subito mi è saltato in mente di chiedergli se si fosse vestito “per l'occasione”.

In realtà si è trattato di una domanda provocatoria: conoscendo bene il mio amico, sapevo che non avrebbe mai indossato giacca e cravatta, o qualunque cosa denotasse un adeguamento allo “stile” dell'occasione. Semplicemente indossava i vestiti che usava abitualmente per andare a lavoro: in breve, era vestito “da avvocato”.

“Ma se avessi avuto modo di scegliere come vestirti per questa occasione, cosa avresti messo?”, gli ho chiesto.

“Sarei venuto vestito esattamente così come mi trovo: non mi lascio condizionare nell'abbigliamento dai posti o dalle situazioni”.

“E ti ritrovi a essere sempre a tuo agio?”.

“Sì, certo. Anche se mi ritrovassi a indossare i jeans in un'occasione da smoking mi sentirei perfettamente a mio agio”.

E quello che diceva era vero. Lo ricordavo perfettamente in jeans e felpa in molte occasioni nelle quali era chiaro - dal tipo di invito, per il tipo di evento, per il giorno della settimana in cui era fissato, per l'ora e per il numero di persone ipotizzabili - che fosse richiesta una certa formalità.

Focalizzando l'attenzione su quelle situazioni, il mio amico mi appariva eccessivamente slegato e non adeguato. Quello che per me era evidente, rispetto alla sua esibizione di informalità, era la totale assenza di qualsiasi legame con il contesto. Il che è legittimo.

Ma se non si tiene in considerazione il tipo di relazione che si vuole instaurare con le persone che incontreremo in un determinato ambiente, se non ci poniamo il problema di essere compresi, saremo sempre fuori dalla realtà.

Per quanto riguarda l'abbigliamento, si può ignorare una situazione perché non la si ritiene importante, perché si è in totale rapporto di disinteresse con chi organizza un evento, perché ci si ritrova catapultati dentro una circostanza per la quale non ci si era preparati.

Si determina, però, una scelta di vestiti fatta in opposizione agli altri, quindi un proclama di frattura della possibilità di relazionarsi. Almeno, rispetto agli abiti. Poi si potrà

rimediare e compensare, ma della regola di compensazione ce ne occuperemo in seguito.

La conclusione di quella conversazione palermitana è tutta nella battuta del mio amico:

“Insomma, non essere omologato è proprio quello che mi fa stare a mio agio”.



#millennio la non-omologazione può diventare un sistema

Si delineano due insiemi di atteggiamenti maschili che apparentemente sembrano agire in opposizione, ma che in realtà mettono in campo atteggiamenti simili nei confronti delle possibilità dell'abbigliamento: omologazione e opposizione. Due estremi che si sfiorano: c'è un momento in cui la non-omologazione diventa sistema.

La questione si fa davvero molto interessante, perché nell'uomo contemporaneo convive la bassa ricerca di relazione determinata da una bassa propensione alla comprensione, con un vezzo che gratifica e appaga la parte superficiale di alcuni nel non sentirsi omologati. Ho incontrato molti uomini - uomini intelligenti capaci di parlare di musica e di pittura, di arte e di economia con competenze molto precise, sensibili verso molti aspetti della vita - che la pensano come il mio amico. Ne vedo tanti, in diverse occasioni, dalle più formali alle più casual. Ci sono gli obiettori di coscienza e i militari, ma entrambi indossano la divisa dell'una o dell'altra categoria.

Gli uomini, da duecento anni a questa parte, si vestono ossequiando il modello della divisa, riproducendolo e declinandolo a seconda delle diverse occasioni.

Ogni mattina vanno in guerra. Sono soldati di trincea o ufficiali, nel senso che propriamente occupano un ufficio, ma sono più propensi a vestire ciò che fanno, e non loro stessi.

La divisa, anziché essere riposta con la fine del servizio militare obbligatorio, è diventata strumento unico di ossequio della propria giornata. “I looked a lot a religious dress and minimalistic constructions and shapes”, dice a proposito delle sue ispirazioni lo stilista inglese Craig Green. “I became obsessed with clothing as a uniform - sometimes, it's oppressive but it also provides [*the wearer*] with a sense of belonging and a feeling of community”².

Le uniformi religiose e le divise militari possono diventare ispirazione per la creazione di una collezione, perché si tratta di prendere uno spunto da un contesto e ridargli un senso e un uso specifico nella quotidianità del prêt-à-porter. Ma irreggimentare le proprie scelte all'interno di un plotone di giacche e usare le cravatte come fossero mostrine è una cosa che sa parecchio di naftalina.

Quello che è interessante nelle parole di Green è ciò che lui associa all'idea di divisa, ovvero quel sentimento di appartenenza a una comunità. L'abbigliamento maschile conferisce uniformità visiva e contemporaneamente sociale: mi vesto così e mi colloco nel mio scaffale.

Da duecento anni a questa parte non si fa altro che modificare di millesimi il vestito maschile: giacca, pantaloni e camicia. Questo insieme è diventato un “pacchetto” che

2. “Ho osservato con interesse un abito religioso, le costruzioni minimaliste e le forme. [...] Sono stato ossessionato dall'idea dell'abito uniforme - talvolta è opprimente ma trasmette anche [*a colui che lo indossa*] un senso di appartenenza e un sentimento di comunione”.

si compra e che solleva l'uomo, il maschio che deve preoccuparsi di ben altro, dal riprogrammarsi quotidianamente.

In gioco, per l'uomo, sembra esserci sempre la sua immagine pubblica, che corrisponde alla sua identità sociale. Abiti scuri, rigidi e squadrati, con poche possibilità di varianti per la cultura occidentale, che lascia invece alle donne una maggiore libertà.

Ma oggi non è possibile ignorare il fatto che l'aspetto espressivo, il racconto della propria personalità, è materiale prezioso e disponibile. Trionfati più o meno ovunque i principi democratici, superati i limiti che subordinavano le scelte a ciò che era lecito fare, ai manierismi, ci siamo trovati di fronte al problema di scegliere. Non rinunciare, ma scegliere. E la libertà di scelta senza orientamento spiazza, sgomenta.

“Diventati puri individui, nel senso che nessuna legge morale e nessuna tradizione ci indicano, da fuori, cosa dobbiamo essere e come dobbiamo comportarci. All'opposizione autorizzato/vietato - che, fino a tutti gli anni '50, organizzava la società e i comportamenti - è subentrata l'alternativa possibile/impossibile: un sistema che non dipende tanto dalla legge quanto dalle attitudini individuali”³.

Le attitudini individuali e la creatività in atto stanno facendo la differenza in tutti i settori.

In fatto di abbigliamento, e soprattutto di abbigliamento maschile - e direi di abbigliamento maschile in età lavorativa - le individualità tendono a scomparire e si fanno scelte di confortante somiglianza, scelte di appartenenza invece che di rivendicazione.

3. Belinda Cannone, *Il sentimento d'impostura*, Edizioni di passaggio, Palermo 2011.

Cambierebbe la giornata del bancario se la mattina, appena sveglia, trovasse il modo, il tempo e la motivazione necessaria per avere un momento di intimità nel quale scegliere come cominciare.

Più a lungo vivi la tua giornata, più hai necessità di adattare i tuoi oggetti ai momenti e ai contesti. Alle sei del mattino la circostanza esigerebbe maggiore morbidezza e intimità con se stessi e con la vita: basterebbe avere la cravatta al seguito e indossarla alle otto e trenta, o avere una maglia al posto della giacca, portata anch'essa al seguito da indossare dopo, e tutto comincerebbe diversamente.

IL GIOVANE FOTOGRAFO, O DEL SENTIMENTO DI INADEGUATEZZA

Alex non ha ancora compiuto trent'anni, ma è già un professionista affermato. Lavora nel mondo della moda come fotografo. Ogni giorno è a contatto con l'eleganza, con un'idea costruita di eleganza: un'idea di eleganza da vendere.

Grazie al suo lavoro frequenta molti uomini più grandi di lui, che rappresentano la classe al potere, che hanno raggiunto una posizione nella vita e che, in qualche modo, finiscono per essere dei modelli.

Una sera abbiamo cenato insieme. Indossava dei jeans e una t-shirt blu. Abbiamo parlato del futuro e delle sue ambizioni. Nel raccontarsi, Alex ha usato tante parole, ha incrociato più lingue, lo slang di chi comunica ogni giorno con il mondo, e ha mostrato una sicurezza quasi spietata. Da perfetto “Millennials”, descriveva con precisione il percorso che voleva compiere e dove voleva arrivare.

Quando la conversazione si è spostata sul piano intimo - ovvero sul mio campo di indagine -, è stato molto interessante notare il suo cambiamento, il suo farsi piccolo.

“Alex, come mi descriveresti te stesso? Come mi racconteresti il tuo modo di vestirti?”.

Mi ha risposto mutando il tono, entrando nel regno dell'insicurezza e rintanandosi in una dimensione che fino a poco prima non avrei mai associato a lui:

“Io sono casuale, non ho l'età per essere elegante. Cioè, riconosco due tipi di eleganza, una di gesti ed espressioni - questa la sto ancora imparando - e una nel vestire. Per il vestire elegante non ho l'età, perché a me piace l'uomo classico. Li guardo, li vedo e mi piacciono. Se è capace, l'uomo classico è contemporaneo. Poi anche gli anacronistici possono essere interessanti, perché sono consumati, morbidi e comodi. Non so ancora se sarò un classico o un anacronistico, a dire il vero. Apprezzo la bellezza, questo lo so. Ma ancora non ne so essere portatore. So dove voglio arrivare, voglio essere coerente, ma non ho la cura necessaria, perché do importanza a molte altre cose”.



#millennio un uomo sulla soglia dei trent'anni pensa ancora che l'eleganza del vestire sia un fatto da adulti

Casuale? Non casual, ma casuale. Perché abbiamo educato i nostri figli a essere “casuali” nel pieno della loro maturità? Trent'anni sono lo schiocco della coscienza.

Da quando la libertà è diventata sinonimo di casualità? Chi ha insegnato loro che la possibilità di scegliere è la stessa cosa del “qualunque cosa scelga, va bene”?

Chi ha insegnato loro a non porsi il problema?

Mi sembra che, nella molteplicità dei riferimenti che ci vengono proposti, facciamo presto a perdere i nostri punti di riferimento. Eppure ci sono molte più alternative rispetto ai due poli degli uniformati e dei contestatori.

Dalla mia osservazione viene fuori una ricognizione fotografica che mostra un'immagine molto più vecchia di quanto non sarebbe, se gli uomini applicassero al loro modo di vestire - e quindi di mostrare fuori ciò che sono dentro - tutte le conquiste che la società ha fatto in termini di differenziazione in questi duecento anni. Questa foto è ancora in bianco e nero, assomiglia a quelle dei nostri nonni che indossano pantaloni, giacche e uniformanti colori scuri. In fondo, l'unica cosa di cui l'uomo si è liberato è il cappello.

È un primo passo da cui partire: dall'idea che esista un gentiluomo contemporaneo che non ha nulla a che fare con il cappello.