

Saggi

Dialettica dello stile: riflessioni sul *Système de la Mode* di Roland Barthes

GAETANO IAIA*

* Fondazione "Centro per la Vita", Pozzuoli (NA) - Università degli Studi di Napoli "Federico II"
e-mail: gaetano.iaia@unina.it

Abstracts

Il presente saggio si propone come rilettura del *Système de la Mode* di Roland Barthes, nel quale la ricchezza o – più esattamente – la sottigliezza dell'analisi trova la sua motivazione in una costruzione formale che identifica nel segno l'indicazione stessa della realtà sociale e nel suo sistema la certezza della sua realtà costruita. È per questo un'opera importante, con la quale Barthes ricorda che sul *fashion system* agiscono storicità e durata sociale e che l'apertura della forma al movimento concreto può dare accesso a un nuovo ambito di ricerca.

This essay wants to re-read Roland Barthes's *Système de la Mode*, text in which the richness or more precisely the subtlety of his analysis derives from a formal construction that finds in the sign the very indication of social reality and in its system the certainty of its built reality. For this reason it is an important work, in which Barthes recalls that on the fashion system act historicity and social duration, and that the form's opening to concrete movement can give an access to a new field of research.

Keywords

Roland Barthes – Semiotica – Moda – Linguaggio – Estetica

Al fine di agevolare la lettura della *Préface*, pubblicata in questo stesso numero di *Aisthema*, e per risolvere almeno in parte il problema della intertestualità e delle sue implicazioni per un'analisi (filosofica) della rivista di Moda, occorre fare riferimento al testo pubblicato, trascurato e, in alcuni casi, frainteso e diffamato. Il *Système de la Mode* è difatti un'opera che venne anche definita come il «testo più tetro» di Barthes, talvolta liquidata come «illeggibilmente noiosa»¹. Certo, l'analisi condotta da Barthes è per certi versi inespressiva, ma tuttavia è singolare per il modo in cui egli adotta una particolare metodologia per la lettura o la decodifica della rivista di moda in quanto “generatore” di ciò che è di moda e cosa non lo è, idea che egli riassume con la frase «la rivista è una macchina che fa Moda»². Data anche la complessità strutturale del *Système de la Mode*, l'obiettivo che ci prefiggiamo nell'esaminare questo testo è soprattutto quello di presentare una sinossi del lavoro, identificando le idee principali rilevate da Barthes e cercando di dimostrare la dicotomia tra, da un lato, ciò che egli chiama l'abbigliamento scritto (*le vêtement écrit*), e dall'altro l'abbigliamento immagine (*le vêtement image*). Fondandoci su questa visione d'insieme, riteniamo sia possibile svelare alcuni dei nodi testuali e delle ambiguità presenti nel lavoro, valutando criticamente quanto la metodologia adotta-

¹ R. RYLANCE, *Roland Barthes*, Harvester Wheatsheaf, London 1994, 42.

² R. BARTHES, *Système de la Mode*, Éditions du Seuil, Paris 1967, 62: «Qu'on assimile un instant le journal à une machine à faire la Mode». Da ora, citeremo questo testo come SM, seguito dalla pagina (o pagine) di riferimento.

ta da Barthes possa essere effettivamente utile per l'analisi in termini più specifici degli scopi e degli obiettivi – composti di parole e immagini – insiti nella diffusione della Moda. Per fare questo, sarà anche necessaria una ri-contestualizzazione concettuale delle idee di Barthes tenendo conto del tipo di editoria del *fashion* che egli incontrò alla fine degli anni '50, collocando così la sua tesi nel più ampio contesto metodologico relativo al logocentrismo e decostruendo le apparenti incongruenze della sua predilezione per l'abbigliamento scritto. In tal modo speriamo di chiarire, anche se di poco, la dialettica che il filosofo francese intesse tra parole e immagini, cercando non di conferire una priorità all'una a discapito dell'altra, ma di proporre invece la loro complementarità.

I.

Dopo sei anni di lavoro, svolto tra il 1957 e il 1963 grazie anche a una borsa di ricerca assegnata dal *Centre National de Recherche Scientifique*, nel quale Barthes era stato nominato ricercatore di Sociologia, il *Système de la Mode* venne infine pubblicato nel 1967. Sebbene Barthes avesse trascorso molto tempo a sviluppare la propria ricerca, quando questa venne pubblicata si sentì in dovere di scrivere – in qualche modo scusandosi – che riteneva l'opera «già datata ... è già una certa storia della semiologia»³. In effetti, il progetto di Barthes fu il primo e, ad oggi, forse l'unico studio sistematico del “linguaggio” proprio alla moda o, come dice lui stesso, della “traduzione” dell'abbi-

³ SM, 7: «Cette aventure ... est déjà datée ... c'est déjà une certaine histoire de la sémiologie».

gliamento in linguaggio, giacché «al di fuori della parola non vi è alcuna Moda totale, non vi è alcuna Moda essenziale»⁴.

All'inizio della riflessione, Barthes ribadisce che il suo intento è quello di considerare, in maniera quasi *feticistica*, l'oggetto rappresentato, delineando almeno «un velo di immagini, di ragioni, di significati»⁵, allo scopo di far parlare la Moda a o su se stessa. In *Roland Barthes par Roland Barthes* egli ammise che, quando aveva deciso di intraprendere il suo studio, era sotto il dominio dello strutturalismo saussuriano⁶, e che in origine era ispirato da *une rêve euphorique de scientificité*⁷; a fronte di questo, il *Système de la Mode* è sostenuto da una metodologia sincretica e in qualche modo indeterminata, combinando linguistica (o lingua parlata) con semiologia (o lingua scritta). In quanto tale, sembra trascendere, o almeno confondere, il modello analitico integrato da Saussure nel suo *Corso di Linguistica generale*, allo scopo di aprire la strada a un sistema semiotico ancor più radicale e completo, inizialmente fondato sulla linguistica ma avente il potenziale per abbracciare altre forme di manifestazione culturale⁸. Nelle parole di Barthes:

Questo studio in realtà non si rivolge, a dir vero, né all'abbigliamento né al linguaggio, ma alla “traduzione”, per così dire, dell'uno nell'altro, in quanto il primo è già un sistema

⁴ SM, 9: «Hors la parole, il n'y a point de Mode totale, il n'y a point de Mode essentielle».

⁵ Ivi: «Un voile d'images, de raisons, de sens».

⁶ Cf. R. BARTHES, *Roland Barthes par Roland Barthes*, Éditions du Seuil, Paris 1975, 148.

⁷ R. BARTHES, *Réponses*, in *Tel Quel* 47 (1971), 97.

⁸ Cf. F. DE SAUSSURE, *Cours de linguistique générale*, Ed. Payot, Paris 1995, 35: «En considérant les rites, les coutumes, etc. ... comme des signes, ces faits apparaîtront sous un autre jour, et on sentira le besoin de les grouper dans la sémiologie et de les expliquer par les lois de cette science».

di segni: oggetto ambiguo, perché non corrisponde alla consueta discriminazione che pone il reale da una parte e il linguaggio dall'altra, e sfugge di conseguenza sia alla linguistica, scienza dei segni verbali, sia alla semiologia, scienza dei segni oggettuali⁹.

Per la scelta del materiale da utilizzare per la propria analisi linguistica e semiologica, Barthes è altamente selettivo. La sua argomentazione si fonda sul campionamento – svolto tra il giugno 1958 e il giugno 1959 – di due riviste, ovvero il settimanale *Elle* e la rivista mensile *Le Jardin des Modes*. Egli affermò inoltre di aver consultato, sempre durante il suddetto periodo, anche sporadiche copie di *Vogue* e de *L'Écho de la Mode*, così come gli articoli settimanali sulla moda di alcuni quotidiani¹⁰, giustificando la selezione dei titoli su motivi socio-economici e, riprendendo le ricerche di Crozier sui diversi lettori di riviste femminili, affermò che: «*Elle* e *L'Écho de la Mode* sembrano avere un fascino più “popolare” di *Vogue* e *Le Jardin des Modes*»¹¹. La decisione che scelse di assumere, quella cioè di studiare la *rappresentazione* della moda

⁹ SM, 8: «Il s'ensuit que ce travail ne porte à vrai dire ni sur le vêtement ni sur le langage, mais, en quelque sorte sur la “traduction” de l'un dans l'autre, pour autant que le premier soit déjà un système de signes: objet ambigu, car il ne répond pas à la discrimination habituelle qui met le réel d'un côté et le langage de l'autre, et échappe par conséquent à la fois à la linguistique, science des signes verbaux, et à la sémiologie, science des signes objectaux».

¹⁰ SM, 21: «On a donc dépouillé d'une façon exhaustive que deux journaux (*Elle* et le *Jardin des Modes*), sans s'interdire de puiser quelquefois dans d'autres publications (notamment *Vogue* et *L'Écho de la Mode*) et dans les pages hebdomadaires que certain quotidiens consacrent à la Mode».

¹¹ SM 21, nota 3: «Ce choix n'est cependant pas tout à fait arbitraire : *Elle* et *L'Écho de la Mode* sont des journaux, semble-t-il, plus populaires que le *Jardin des Modes* et *Vogue*». Come fonte di informazioni sulla popolarità delle riviste da lui consultate, Barthes cita M. CROZIER, *Petits fonctionnaires au travail*, CNRS, Paris 1955, 126, *Appendice*.

nelle riviste piuttosto che gli abiti stessi, gli offrì anche l'opportunità metodologica di inquadrare la moda come una particolare tipologia di linguaggio ritmicamente reiterato. Ciò che infatti Barthes discerne, nell'operato dell'editoria di moda, è un principio strutturale generale, mediante il quale il "Sistema-Moda" sembra perennemente rinnovarsi dando priorità a stili, tessuti e colori diversi in base ai cambi di stagione. Paradossalmente, però, questa "conformità" allo stesso modello temporale, anno in entrata e in uscita, vede il *Sistema Moda* tendere da un lato al rinnovamento e, dall'altro, alla permanente regolarità: «la sincronia della Moda cambia bruscamente ogni anno, ma durante l'anno è assolutamente stabile»¹². Come Barthes rileva, sia le riviste che il periodo di sua scelta, giugno 1958-giugno 1959, possono certo delimitare un particolare *corpus* di rappresentazioni per l'analisi, ma in sé costituiscono al più un paradigma arbitrario: «non stiamo cercando di descrivere della Moda in particolare, ma della Moda in generale»¹³. Dato che questo è il caso, allora, si può altrettanto facilmente sottoporre al suo imperativo strutturale qualsivoglia altro *corpus* annuale di rappresentazioni, onde pensare la moda come una forma distinta, anche se generalizzata, di linguaggio:

«Non appena viene raccolta, estratta dal suo anno, la materia prima (l'espressione) deve prendere posto in un sistema di funzioni puramente formale ... non abbiamo voluto confrontarci

¹² SM, 18: «La synchronie de Mode change tout d'un coup chaque année, mais durant cette année elle est absolument stable».

¹³ SM, 21: «Car ce qu'on cherche à décrire, ce n'est pas telle Mode, mais la Mode».

con una sostanza particolare della Moda, ma solo con la struttura dei suoi segni scritti»¹⁴.

Per Barthes, tuttavia, i segni scritti fanno parte di uno dei tre modi principali di definire o concettualizzare la Moda: «il sistema generale della Moda nel suo insieme comprende chiaramente tre livelli teoricamente accessibili all'analisi: il retorico, il terminologico e il reale»¹⁵. Quindi, il codice vestiario o reale è il capo stesso (*le vêtement réel*, in maniera confusa talvolta citato come *le vêtement technologique*), il codice terminologico (*système terminologique*) appartiene alla lingua parlata, mentre il codice retorico (*système rhétorique*) riguarda l'abbigliamento e le immagini scritte. A sua volta, Barthes colloca ciascuno di questi tre elementi in una distinta epistemologia: l'indumento reale è di pertinenza del sociologo, l'indumento terminologico è oggetto della linguistica e l'indumento retorico deve essere decodificato nei termini della semiologia:

La semiologia ... descrive un indumento che dall'inizio alla fine rimane immaginario, o se si preferisce, puramente intellettivo; non conduce a riconoscere delle pratiche, ma delle immagini. La sociologia della Moda è interamente orientata verso l'abbigliamento reale; la semiologia verso un insieme di rappresentazioni collettive¹⁶.

¹⁴ SM, 21: «A peine recueilli, extrait de son année, le matériau (l'énoncé) doit prendre place dans un système purement formel de fonctions ... on n'a pas voulu traiter d'une substance quelconque de la Mode, mais seulement de la structure de ses signes écrits». Il *corpus* inteso come collezione finita di materiali di studio viene anche considerato in BARTHES, *Éléments de Sémiologie*, 133.

¹⁵ SM, 52: «L'ensemble du système général de la Mode comprend bien trois niveaux théoriquement accessibles à l'analyse : rhétorique, terminologique et réel».

¹⁶ SM, 20: «La sémiologie ... décrit un vêtement qui reste de bout en bout imaginaire, ou si l'on préfère, purement intellectif ; elle ne conduit pas à

Ognuna di queste tre strutture della moda da lui delineate «esige un'analisi originale»¹⁷, per compiere la quale «occorre studiare degli atti, delle immagini o delle parole»¹⁸. Allo stesso tempo, tuttavia, Barthes considera il vero codice dell'abbigliamento come una *madrelingua generativa* che si occupa di materiali, misure, tipi e stili di abbigliamento, attraverso la quale i capi reali diventano esempi di “linguaggio”¹⁹. Così la seconda e la terza struttura/codice, rispettivamente *verbale* e *iconica*, si nutrono della madrelingua tecnologica e traggono da essa il loro valore significativo:

Nella nostra società, la circolazione della moda riposa dunque in gran parte su un'attività di *trasformazione*: c'è un passaggio (almeno secondo l'ordine invocato dalle riviste) dalla struttura tecnologica alle strutture iconica e verbale²⁰.

Conseguentemente, il significato della Moda può essere elaborato grazie all'inter-penetrazione di queste tre strutture o codici, e per Barthes (che riprende ed espande la terminologia utilizzata da Jakobson²¹) si realizza mediante una serie di *spo-*

reconnaître des pratiques, mais des images. La sociologie de la Mode est tout entière tournée vers le vêtement réel ; la sémiologie vers un ensemble de représentations collectives”.

¹⁷ SM, 18: «Chacune de ces structures oblige à une analyse originale».

¹⁸ SM, 17: «Il faut étudier ou des actes, ou des images ou des mots».

¹⁹ In BARTHES, *Éléments de Sémiologie*, 99 viene espresso un concetto similare: «Enfin, dans le vêtement porté (ou réel) ... on retrouve la distinction classique de la Langue et de la Parole».

²⁰ SM, 16: «Dans notre société, la diffusion de la Mode repose donc en grande partie sur une activité de *transformation* : il y a passage (du moins selon l'ordre invoqué par le journal) de la structure technologique aux structures iconique et verbale».

²¹ Cf. SM, 16 nota 1: «Jakobson réserve le nom de *shifter* aux éléments intermédiaires entre le code et le message (*Essais de linguistique générale*, Ed. de Minuit, Paris 1963, chap. 9). On étend ici le sens du terme».

stamenti. Il primo passaggio avviene nella traduzione del capo reale/tecnologico in un *codice iconico*, ossia uno spostamento dal livello reale a quello retorico, ed è un passaggio che viene effettuato grazie agli elementi illustrativi dei bozzetti preparatori e successivamente alle fotografie e ad altre illustrazioni grafiche. Il secondo passaggio è quello che va dall'indumento reale/tecnologico all'abbigliamento *scritto*, come testimoniano i testi che accompagnano i bozzetti e altre formule descrittive. Inizialmente questo sembrerebbe comportare un ulteriore passaggio dal reale al retorico, ma Barthes suggerisce che lo spostamento reale/linguaggio possa implicare per la Moda una sorta di *status* indeterminato, a metà strada tra la realtà (il tessuto o il capo) e il significato:

È un testo generalmente ben separato dalla letteratura della moda; il suo fine è quello di consolidare non ciò che è, ma ciò che verrà fatto ... come *shifter*, costituisce un linguaggio di transizione, situato a metà strada tra il fare dell'abito e il suo essere, tra la sua origine e la sua forma, la sua tecnologia e la sua significazione²².

Infine, e di fondamentale rilevanza, vi è uno spostamento che si svolge esclusivamente a livello retorico, tra il codice iconico e quello verbale, condizione fondamentale della diffusione della moda: «Le riviste di moda traggono vantaggio dalla loro abilità di consegnare *contemporaneamente* messaggi derivati da queste due

²² SM, 16: «C'est en général un texte bien séparé de la littérature de Mode ; sa fin est de doubler, non ce qui est, mais ce qui va se faire ... comme *shifter*, elle constitue un langage transitoire, situé à mi-chemin entre le faire et l'être du vêtement, son origine et sa forme, sa technique et sa signification».

strutture: qui un vestito fotografato, lì lo stesso vestito descritto»²³.

Barthes quindi crea un'elaborata catena di sistemi informativi nascosti sostenendo che il vero codice dell'abbigliamento genera un *linguaggio* per la moda, operante su due livelli separati ma interconnessi: il sistema vestiario linguistico (o terminologico) e quello semiologico o retorico. Per Barthes, in questo modo, a creare il significato della moda non sono gli indumenti, bensì i *modi* in cui essi vengono articolati in forme verbali e iconiche di rappresentazione. Inoltre, egli così spiega la distinzione tra questi due sistemi in termini di efficacia: il primo riguarda principalmente l'utilità e il secondo il significato:

Lo studio dell'abito "rappresentato" (mediante immagine e testo), vale a dire l'abito [così come] trattato dalla rivista di Moda, offre un immediato vantaggio metodologico rispetto all'analisi dell'abito reale ... l'abito reale è gravato da finalità pratiche (protezione, pudore, ornamento); queste finalità scompaiono dall'abito "rappresentato", che non serve più a proteggere, a coprire o ad ornare, ma tutt'al più a significare la protezione, il pudore o l'ornamento²⁴.

²³ SM, 17: «Comme le journal dispose de l'avantage de pouvoir livrer à la fois des messages issus de ces deux structures, ici une robe photographiée, là cette même robe décrite».

²⁴ SM, 18: «Or l'étude du vêtement "représenté" (par l'image et la parole), c'est-à-dire du vêtement traité par le journal de Mode, offre un avantage méthodologique immédiat par rapport à l'analyse du vêtement réel ... le vêtement réel est embarrassé de finalités pratiques (protection, pudeur, parure) ; ces finalités disparaissent du vêtement "représenté", qui ne sert plus à protéger, à couvrir ou à parer, mais tout au plus à signifier la protection, la pudeur ou la parure».

Questa affermazione viene ulteriormente rafforzata allorché Barthes attribuisce priorità all'abito scritto – ovvero il resoconto verbale della moda – rispetto all'abito per immagini (fotografie e illustrazioni), ché le parole, rispetto alle immagini, sembrano favorire una lettura più pura del testo di Moda:

Resta da scegliere tra l'abito-immagine e l'abito scritto (o, più esattamente, descritto). Anche in questo caso, dal punto di vista metodologico, è la “purezza” strutturale dell'oggetto che inclina la scelta ... l'abito-immagine mantiene un valore che rischia di complicare considerevolmente la sua analisi, vale a dire la sua [qualità] plastica; solo l'abito scritto non ha alcuna funzione pratica o estetica: è completamente costituito in vista di una significazione ... si può dunque dire che l'essere dell'abito scritto è completamente nel suo senso ... l'abito scritto non è gravato da alcuna funzione parassita²⁵.

In questo modo, egli può altresì ribadire una regola fondamentale, la quale determinerà «la costituzione del corpus», e attraverso la quale «nessun'altra materia per lo studio oltre alla parola offerta dalle riviste di moda»²⁶ sarà soggetta al controllo.

²⁵ SM, 18: «Reste à choisir entre le vêtement-image et le vêtement écrit (ou plus exactement décrit) ; ici encore, du point de vue méthodologique, c'est la “pureté” structurale de l'objet qui incline le choix ... le vêtement-image garde pourtant une valeur qui risque d'embarrasser considérablement l'analyse et qui est sa plastique ; seul le vêtement écrit n'a aucune fonction pratique ni esthétique : il est tout entier constitué en vue d'une signification ... on peut donc dire que l'être du vêtement écrit est tout entier dans son sens ... le vêtement écrit n'est encombré par aucune fonction parasite».

²⁶ SM, 22: «La règle préalable, qui détermine la constitution du corpus à analyser, est de ne retenir aucun autre matériau que la parole qui est donnée par le journal de Mode».

II.

L'abbigliamento scritto, sotto forma di didascalie e/o editoriali, può spingersi ben oltre la rappresentazione fotografica per diversi motivi, tutti ugualmente strategici. Anzitutto, può trasmettere informazioni che non sono evidenti nella fotografia. Tra i più ovvi, ad esempio, è il colore del capo, qualora la stampa ad esempio sia monocromatica (“Abito trapezoidale in shantung blu pallido con collo rotondo e cinturino in piqué bianco” / *Robe trapeze en shantung ciel à col rond et patte de pique blanc*), o quelle parti del capo che non sono visibili o sono in qualche modo oscurate nella fotografia, di solito la parte posteriore del capo, o gli intricati motivi decorativi del tessuto. In secondo luogo, può dotare l'indumento di un sistema di significati funzionali, (“Per ogni sua attività, maglietta a maniche lunghe in popeline bianco con motivi turchese e pantaloni turchese” / *Pour elle, tous les jeux. Manière de popeline blanche à dessins turquoise et pantalon turquoise*). E infine, può isolare determinati elementi come tessuto, trama, bottoni e rifiniture per dedicare ad essi un'attenzione specifica, e quindi arrestare la lettura della Moda ad un certo livello di specializzazione (Abito tubino in chiffon, con balze orlate in raso / *Fourreau en mousseline à volants gansés de satin*). Di conseguenza, come Barthes sottolinea:

È la fotografia del[l'abito] reale che è complessa; la sua versione scritta è immediatamente significativa ... Quindi, ogni parola scritta detiene una funzione di autorità nella misura in cui è essa che sceglie – per procura, per così dire – al posto dell'occhio. L'immagine congela un numero infinito di possibili; la

parola determina una singola certezza ... In maniera generale, il linguaggio aggiunge all'immagine un *sapere*²⁷.

Il linguaggio della Moda viene enunciato come una serie di espressioni il cui significato è stabilito attraverso le relazioni sia sintagmatiche, sia spazialmente lineari tra una parola e l'altra, e i loro valori paradigmatici o oppositivi. Così, Barthes può sostenere: «senza i suoi limiti verbali, la Moda non sarebbe nient'altro che un'infatuazione per certe forme o certi dettagli, come è sempre stato nel caso del costume; essa non sarebbe in alcun modo un'elaborazione ideologica»²⁸. Per chiarire come funzionano i sistemi terminologici, e per estensione retorici, di significazione, Barthes sottolinea che l'espressione verbale deve essere decostruita in unità più piccole all'interno di una matrice significante. Ciò implica un oggetto (O), una variante (V) e un supporto (S), attraverso i quali «il raccolto promette di essere immenso e in apparenza anarchico»²⁹.

La matrice è costituita dalla relazione tra l'oggetto, la variante e il supporto, in cui "O" e "S" sono sostanze materiali e "V" è un'entità non materiale. Quest'ultima è quella che Barthes chiama anche il *vestema*, in altre parole «il punto della matrice da cui sorge la significazione e in qualche modo si ir-

²⁷ SM, 127 e 24: «C'est la photographie du réel qui est complexe, c'est sa version écrite qui est tout de suite significative ... Toute parole détient ainsi une fonction d'autorité, dans la mesure où elle choisit, si l'on peut dire, par procuration à la place de l'œil. L'image fige une infinité de possibles ; la parole fixe un seul certain ... d'une manière générale, le langage ajoute à l'image un *savoir*».

²⁸ SM, 59: «Car sans ses limites verbales, la Mode ne serait rien d'autre qu'un engouement pour certaines formes ou certains détails, comme il en a existé de tout temps dans le costume ; elle ne serait en rien une élaboration idéologique».

²⁹ SM, 69: «La moisson promet d'être immense et en apparence anarchique».

radia lungo tutto l'enunciato, vale a dire l'abito scritto»³⁰. Di conseguenza, la matrice OVS dovrebbe essere concettualizzata come una metafora in cui 'O' funge da porta, 'V' è la chiave e 'S' è la serratura: «Per produrre il senso, occorre “introdurre” la variante “nel” supporto»³¹, e l'ordine dei tre elementi può essere espresso in diverse combinazioni o permutazioni e in diversi gradi di complessità³². Elemento costante nella matrice, sul quale è costruito il significato, è l'oggetto, nella forma dell'intero indumento. Solo l'oggetto non può essere moltiplicato, poiché la matrice funziona al fine di far convergere il significato sull'oggetto: «lo scopo stesso del sistema della Moda è questa difficile riduzione dal multiplo all'uno»³³.

La matrice OVS costituisce quindi il punto di partenza logico per collocare la Moda in una catena linguistica di significazione; questo però avviene, più in particolare, attraverso la fraseologia o il tono della rivista o dell'editore di Moda che vengono a essere incorporati nel sistema retorico. Così, il sistema retorico viene ad assumere un ruolo strumentale, in quanto qualifica o flette il codice terminologico o linguistico, rivelando gerarchie di classe, *status* economico e sociale, un punto questo che Barthes rafforza ulteriormente facendo riferimento al proprio campione di riviste. Egli afferma, ad esempio, che le riviste destinate a un pubblico socialmente ed economicamente più

³⁰ SM, 76: « “On pourrait l'appeler *vestème* ... le point de la matrice d'où la signification sort et en quelque sorte s'irradie tout au long de l'énoncé, c'est-à-dire du vêtement écrit».

³¹ SM, 78: «Pour produire le sens, il faut “introduire” le variant “dans” le support».

³² Cf. la riflessione in SM, 83.

³³ SM, 89: «La fin même du système de la Mode est cette réduction difficile du multiple à l'un».

elevato, come *Vogue* e *Jardin des Modes*, tendono alla denotazione, dal momento che i loro lettori sono già “al corrente” della moda e non hanno bisogno di essere persuasi a comprare ciò che possono già permettersi. Allo stesso modo, se si osserva l’estremità opposta del mercato e le riviste destinate ai lettori con il livello di reddito più basso (nel suo esempio *Écho de la Mode*), pur essendo ancora presente la tendenza alla denotazione, in questo caso i capi esposti saranno però più economici e il modo in cui essi sono descritti servirà soprattutto ad enfatizzare, ad esempio, la loro utilità. Al contrario, le riviste “intermedie” o aspirazionali, come ad esempio *Elle*, sono quelle più forti nella retorica e nella connotazione. Barthes conclude:

La denotazione della rivista popolare è scarsa, poiché essa sceglie un capo economico che ritiene realizzabile: l’utopia occupa, come dovrebbe, una posizione intermedia tra la prassi del povero e quella del ricco³⁴.

Il sistema retorico dell’abbigliamento scritto sembra quindi essere il codice più significativo, dal momento che pone la Moda in un dato contesto, offrendo ad essa non solo una voce ma anche un tono: «Con il sistema retorico, noi affrontiamo il livello generale della connotazione»³⁵. Ma, come Barthes fa fatica a dimostrare, la retorica della moda è in effetti una sintassi mitolo-

³⁴ SM, 248: «La dénotation du journal populaire est pauvre, car elle saisit un vêtement bon marché qu’elle tient pour réalisable : l’utopie occupe, comme de juste, une position intermédiaire entre la praxis du pauvre et celle du riche». Circa la denotazione dell’abbigliamento scritto, in *Éléments de sémiologie*, 26, Barthes elabora una riflessione di tipo simile, affermando che nel contesto della rivista di Moda questa denotazione spesso sembra essere un linguaggio allo stato puro, in quanto non emana dalla “massa parlante” bensì da un gruppo decisionale che elabora deliberatamente il codice.

³⁵ SM, 229: «Avec le système rhétorique, on aborde le plan général de la connotation».

gica che crea permanenti opposizioni arbitrarie tra ciò che deve essere approvato e ciò che non lo è, pur rendendo tutto questo apparentemente naturale:

Il significato che la rivista attribuisce all'abito non proviene da particolari qualità intrinseche della forma, ma solo da particolari opposizioni di specie: se il toque è alla Moda, non è perché è alto e non ha tesa, è semplicemente perché non è più una cuffia e non è ancora un cappuccio; andare oltre la nominazione della specie [equivarrebbe] quindi [a] “naturalizzare” l'abito, perdendo quindi l'essere stesso della Moda ... perché senza i suoi limiti verbali, la Moda non sarebbe nient'altro che una infatuazione per alcune forme o alcuni dettagli, come è avvenuto in ogni tempo nel costume³⁶.

È su questa base che Barthes esorta a considerare l'affermazione “gli accenti bianchi sugli abiti da giorno sono un segno della città”, e di commutare *blu* per *bianco*. In effetti, se si sostituiscono le due parole, la realtà ascritta all'affermazione non cambia, pur cambiando il suo significato³⁷. Le riflessioni di Barthes, in questa fase dell'argomentazione, palesano così alcune delle idee principali che egli aveva già avuto modo di elaborare in *Le Mythe*,

³⁶ SM, 59: «Le sens que le journal donne au vêtement ne provient pas de certaines qualités intrinsèques de la forme, mais seulement de certaines oppositions d'espèces : si la toque est à la Mode, ce n'est pas parce qu'elle est haute et sans bords, c'est simplement parce qu'elle n'est plus le bonnet et pas encore la capeline ; dépasser la nomination de l'espèce, ce serait donc “naturaliser” le vêtement et manquer ainsi l'être même de la Mode ... car sans ses limites verbales, la Mode ne serait rien d'autre qu'un engouement pour certaines formes ou certains détails, comme il en a existé de tout temps dans le costume».

³⁷ SM, 58: «On ne peut substituer *bleu* à *blanc* sans rendre problématique l'équivalence de la tenue et de la ville, c'est-à-dire sans altérer l'ensemble de la signification». Cf. anche *Éléments de sémiologie*, 65-67, in cui Barthes riflette sulle implicazioni della commutazione in linguistica e semiologia.

aujourd'hui, saggio sulla semiologia – chiaramente più coeso e strutturato rispetto al *Système de la Mode* – pubblicato in *Mythologies* (1957), nel quale egli riassume le forze motivazionali di queste ambigue forme di significato nei seguenti termini:

La parola mitica è formata da una materia già lavorata in vista di una comunicazione appropriata ... il mito non è né una menzogna né una confessione: è una inflessione ... spinto a disvelare o liquidare il concetto, va a *naturalizzarlo*³⁸.

III.

I limiti verbali del sistema della Moda, quindi, così come qualsiasi altra forma di discorso motivato, devono essere compresi in termini semiologici. Così, Barthes osserva, anche senza enunciare le parole “alla moda” o “di moda”, il suo sistema retorico implica sempre la Moda e, per estensione, la non Moda. Come si è già notato, poi, nel realizzare questa associazione, il segno della Moda viene «elaborato ogni anno ... da un'autorità esclusiva»³⁹, le avanguardie, ad esempio, o i redattori delle riviste, ma è anche connotato facendo in modo che la Moda si riferisca al mondo reale o a se stessa. Barthes, in questo modo, può quindi concludere che la retorica della Moda sia circoscritta da tre sistemi costituenti: la poetica dell'abbigliamento (*poétique du*

³⁸ R. BARTHES, *Le Mythe, aujourd'hui*, in *Mythologies*, Éditions du Seuil, Paris 1957, 182, 202: «La parole mythique est formée d'une matière déjà travaillée en vue d'une communication appropriée ... le mythe n'est ni un mensonge ni un aveu : c'est une inflexion ... acculé à dévoiler ou à liquider le concept, il va le *naturaliser*».

³⁹ SM, 219: «Il est élaboré chaque année, non par la masse de ses usagers (qui serait l'équivalent de la “masse parlante” qui fait la langue), mais par une instance étroite».

vêtement), la retorica del significato mondano (*rhétorique du signifié mondain*) e la ragione della moda (*la «raison» de Mode*)⁴⁰. Per quanto attiene al primo, la vera funzione del capo rappresentato è avvolta da metafore che suggeriscono un'equivalenza tra sensazione, umore, tempo e luogo. In questo senso, l'abito è quindi *affettivo*, evidenziando «l'idea di seduzione, più che la protezione», ché esso è «a volte è amante, a volte amato: è questa ciò che si potrebbe chiamare la qualità “caritativa” dell'abito»⁴¹.

Allo stesso tempo, all'interno della catena dei significati poetici si fa anche riferimento a modelli culturali o cognitivi, come la natura, la geografia, la storia, la letteratura e l'arte. In questo modo, l'abbigliamento alla moda e la nozione di *essere alla moda* e, per estensione, di essere superiore a quelli che non lo sono, saranno spesso associati a tropi di buon gusto e raffinatezza. Inoltre, in molte occorrenze di significato poetico, nei servizi di moda i soggetti indigeni e le località esotiche sono usati come nient'altro che oggetti di scena o sfondo per i modelli che restano sempre occidentali e bianchi⁴², motivo per il significato poetico non può che essere biasimato ché troppo eclettico, immaturo e apparentemente interessato solo «alle divisioni del sapere di una liceale; i modelli che la Moda propone frettolosamente sono

⁴⁰ SM, 229.

⁴¹ SM, 245: «Une idée de séduction, plus que de protection ... le vêtement est tantôt aimant, tantôt chéri : c'est ce que l'on pourrait appeler le “caritativisme” du vêtement».

⁴² Ciò è particolarmente evidente, ad esempio, in *British Vogue*, dove le immagini di moda, spesso scattate in paesi lontani, si accompagnano talvolta a *diari di viaggio* sul paese in questione, accostando capi d'abbigliamento estremamente costosi con situazioni vitali degradate.

presi in prestito dal bagaglio intellettuale di una ragazza che è “saggia e aggiornata” (come direbbe la Moda)»⁴³.

Per il significato mondano, invece, il riferimento al mondo reale a cui assistiamo è falso o vuoto e, come nel caso della significazione poetica, questo tipo di associazione serve a connotare tutto ciò a cui la Moda si riferisce, o attinge dal mondo, in quanto subordinato ad essa. Di conseguenza, la vita è mostrata come se non fosse altro che un gioco eseguito in onore della Moda. Per Barthes, questa ideologia si manifesta in affermazioni del tipo “gli stampati vincono alle corse” (*les imprimés triomphent aux Courses*). Neanche le scoperte scientifiche o gli eventi rivoluzionari e politici possono impedire il sempiterno progresso del binomio amore/Moda, giacché nel *Système* l’equivalenza tra amore e moda è ampiamente proclamata e strumentale ai suoi scopi; conseguentemente, «il mondo della moda è un lavoro indiretto»⁴⁴, giacché:

I mestieri ... sono definiti non dalle loro condotte tecniche ma dalla situazione che essi conferiscono ... Questo spiega come la Moda possa parlare allo stesso modo del lavoro e del tempo libero; nella Moda, ogni lavoro è vuoto, tutto il piacere è dinamico, volontario e, si potrebbe quasi dire, *laborioso*; esercitando il suo diritto alla Moda, anche attraverso i fantasmi del lusso più improbabile, la donna sembra sempre fare qualcosa⁴⁵.

⁴³ SM, 244: «C’est le découpage d’un savoir de grande élève ; les modèles que propose pêle-mêle la Mode sont empruntés au bagage intellectuel d’une jeune fille “sage et à la page” (comme dirait la Mode)».

⁴⁴ SM, 251: «Le monde de la Mode, c’est le travail en creux».

⁴⁵ SM, 256: «En Mode, le travail n’est qu’une simple référence ... il est donc logique que les métiers (d’ailleurs rares) qui sont donnés par la rhétorique de Mode soient définis, non par leurs conduites techniques mais par la situation qu’ils confèrent ... C’est ce qui explique que la Mode parle de la même façon du travail et de l’oisiveté ; en Mode, tout travail est vide, tout plaisir est dy-

All'interno del *corpus* di scritti utilizzato da Barthes per la sua analisi, le rare occasioni in cui si osservano le donne – o, talvolta, uomini – “al lavoro”, il lavoro che questi svolgono è sempre inerente alle rispettive professioni stereotipicamente femminili o maschili. Inoltre, il “lavoro” femminile, quando è mostrato, sembra quasi sempre svolto al servizio di un soggetto maschio o nella speranza di affascinare un partner di sesso maschile. Nel contesto della diffusione della moda, tuttavia, come Barthes suggerisce, è probabilmente più accurato parlare del lavoro in relazione *indessicale* con la moda. In altre parole, lo *shopping* o il capitale servono come *alibi* per indossare un nuovo vestito. Di conseguenza, l'idea del lavoro rappresentato nella retorica della moda è euforica e, come sostiene Barthes, non è mai contaminata da reali preoccupazioni, ad esempio, per il denaro o l'adulterio: «Il *bon ton* della Moda, che le vieta di profferire qualcosa di esteticamente o moralmente spiacevole, si confonde senza dubbio qui con il linguaggio materno: è il linguaggio di una madre che "preserva" sua figlia da ogni contatto con il male»⁴⁶.

Infine, abbiamo la ragione della Moda, in cui la retorica della moda è al tempo stesso auto-riflessiva e autoportante, soffermandosi su supporti e varianti come la trama, le dimensioni e i dettagli dei capi. Così, la Moda mantiene la sua autorità esclusiva parlando *a e su* se stessa, e dispiegando i propri arbitrari termini di riferimento – su base dialettica – in affermazioni

namique, volontaire, et l'on pourrait presque dire : *laborieux* ; en exerçant son droit à la “Mode, même à travers les fantasmes du luxe le plus improbable, la femme semble toujours faire quelque chose».

⁴⁶ SM, 248: «Le “bon ton” de la Mode, qui lui interdit de rien proférer de disgracieux esthétiquement ou moralement, se confond sans doute ici avec le langage maternel : c'est le langage d'une mère qui “préservé” sa fille de tout contact avec le mal».

come “Quest’anno il blu è di moda”. A questo proposito, Barthes utilizza un’idea che aveva già espresso nel 1964 all’interno degli *Essais critiques*, laddove aveva tracciato un’analogia tra letteratura e moda in termini di propensione a reiterare forme di espressione e significazione omeostatiche o auto-regolamentative⁴⁷. Come corollario, egli afferma che il Sistema-Moda esiste per dare una grande quantità di potere semantico al “niente”: «*niente può significare tutto ... un “dettaglio” basta a trasformare in senso ciò che è esterno al senso, ciò che è fuori moda in Moda*»⁴⁸. Il linguaggio della moda è quindi una presunzione, decantando piccole differenze come se fossero una questione di vita o di morte e affermando cose del tipo: “*Quest’anno i tessuti pelosi sostituiscono quelli consunti*” o ponendo domande del tipo: “*Hai il viso (o il corpo) di quest’anno?*”. Inoltre, mentre la moda sembra rappresentare differenti momenti del giorno o della settimana, o diverse stagioni dell’anno, «il tempo della moda è irreal» e «essenzialmente festivo» nel modo in cui assicura una precedenza ai fine settimana, alle vacanze, alla primavera⁴⁹. Ciò è dimostrato più volte nel materiale da lui raccolto sia da *Jardin des Modes* che da *Elle*.

Tutto questo conduce Barthes a riaffermare la regola terminologica postulata all’inizio della sua indagine: il significato temporale della Moda è sempre il medesimo. In altre parole, la

⁴⁷ Cf. R. BARTHES, *La littérature, aujourd’hui*, in *Essais critiques*, Éditions du Seuil, Paris 1964.

⁴⁸ SM, 247: «Dans cette structure le “rien” est précisément le noyau irradiant ... *rien* peut signifier *tout* ... un “détail” suffit à transformer le hors-sens en sens, le démodé en Mode».

⁴⁹ Cf. SM, 253: «En Mode, la fête est tyrannique, elle soumet le temps : le temps de Mode est essentiellement festif ... trois moments sont cependant privilégiés : c’est, par rapport aux saisons, le printemps, par rapport à l’année, ce sont les vacances, et par rapport à la semaine, c’est le week-end».

Moda è sempre l'equivalente della moda *di quest'anno*: «In effetti, la moda postula una *achronia*, un tempo che non esiste; qui il passato è vergognoso e il presente è costantemente “consumato” dalla Moda che viene annunciata»⁵⁰. Il linguaggio della Moda può apparire nuovo ogni stagione, ma questo non perché essa abbia sempre qualcosa di nuovo da offrire o che valga la pena di dire, ma solo perché sfrutta i limiti della nostra memoria in un perpetuo riciclaggio di stili *retro*. Ciò che è in gioco, ovviamente, non è solo una questione di stile per il gusto dello stile, ma l'esistenza reale dello stesso sistema-Moda. Di conseguenza, inaugurando la “Moda di quest'anno” e nel contempo negoziando apparentemente un ideale di atemporalità, la Moda mira a perpetuare la propria autorità sia economica che culturale:

La moda si struttura al livello della sua storia: essa si destruttura all'unico livello che noi di essa percepiamo: l'attualità ... il numero delle caratteristiche della Moda è alto, non è infinito: si potrebbe benissimo concepire una macchina creatrice di Moda ... Una funzione di questa retorica è quella di offuscare il ricordo delle Mode passate, in modo da censurare il numero e il ritorno delle forme⁵¹.

⁵⁰ SM, 289 nota 454: «En fait, la Mode postule une uchronie [*sic!*], un temps qui n'existe pas ; le passé y est honteux et le présent sans cesse “mangé” par la Mode qui s'annonce».

⁵¹ SM, 301-302: «La Mode se structure au niveau de son histoire : elle se déstructure au seul niveau que nous percevons d'elle : l'actualité ... le nombre des traits de Mode est élevé, il n'est pas infini : on pourrait très bien concevoir une machine à faire la Mode ... L'une des fonctions de cette rhétorique est de brouiller le souvenir des Modes passées, de façon à censurer le nombre et le retour des formes».