

**Roland Barthes, *Sistema della Moda*, a cura di Bianca Terracciano, Milano, Mimesis, 2024 (pp. 381)**

Tra i motivi che ci spingono oggi a leggere sotto una nuova luce il *Sistema della Moda* di Roland Barthes è la rinnovata scoperta di un certo piacere per la ricerca di un metodo d'indagine sulle condizioni, circostanze e dinamiche della significazione.

Un metodo che lo stesso Roland Barthes definisce come un'avventura, un *viaggio*.

D'altra parte lo stesso spirito sembra segnare la scelta della casa editrice Mimesis di ridare alle stampe il volume, in una nuova edizione completamente aggiornata a cura di Bianca Terracciano, che non manca di rivederne gli aspetti terminologici legati al lessico della moda e di accompagnare il volume da una attenta *Postfazione*.

Intendiamoci, il Sistema della Moda – la cui prima pubblicazione in francese data 1967 – è un classico della letteratura scientifica. Una pietra miliare all'interno di un cammino – denso di tracciati, ostacoli da superare, tentativi di venirne a capo, e perciò anche di sorprese e scoperte – che porterà la ricerca culturale verso quella che sarà definita *La svolta semiotica* (Fabbri, 1998, Roma-Bari, Laterza; nuova ed. accresciuta, a cura di G. Marrone, *La nave di Teseo*, Milano 2023). Vera e propria esplosione di senso, onda d'urto, all'interno delle scienze umane e non solo.

Ma quali sono gli elementi che fanno del Sistema della Moda un classico?

La risposta banale è che esso si rivela una miniera di senso, una caccia al tesoro per il nuovo lettore. Certo non è nostra intenzione fornire qui una guida esaustiva. Tantomeno penetrare nella fitta complessità dell'opera. Semmai possiamo limitarci ad un rapido sorvolo, individuare alcune zone di esplorazione, punti d'ingresso all'oggetto.

Uno di questi è l'aver riconosciuto e descritto (nella importante Introduzione al corposo volume), quale oggetto del *metodo* non il singolo linguaggio, considerato in modo isolato, ma semmai i rapporti fra i linguaggi, cioè – come dirà a chiare lettere Jurij M. Lotman (1985, *La semiosfera. L'asimmetria e il dialogo nelle strutture pensanti*, Venezia, Marsilio) – i linguaggi presi dentro l'intima *relazione* che li precede e li costituisce. Di che si tratta?

Quasi a mo' di confessione è lo stesso RB a rivelarcelo: “in verità questo lavoro non verte né sull'indumento né sul linguaggio, ma, in qualche modo, sulla ‘traduzione’ dell'uno nell'altro, nella misura in cui il primo sia già un sistema di segni” (p. 16, *cors. n.*). Per chiarire il portato innovativo della sua posizione, la tensione verso il futuro, è lo stesso Barthes, apprendista semiologo, ad avvertire che si tratta di un “oggetto ambiguo, poiché non risponde alla discriminazione abituale che mette il reale da una parte e il linguaggio dall'altra, e sfugge di conseguenza alla linguistica, scienza dei segni verbali, e alla semiologia, scienza dei segni oggettuali” (*ib.*).

D'altra parte a RB interessa registrare non tanto il “potere della parola” – tesi comunque da dimostrare data l'apparente dominanza del visivo sul verbale –, quanto semmai le modalità attraverso cui un linguaggio – “la moda scritta” – possa entrare in relazione con l'altro – “l'abito reale” –, generando le condizioni di possibilità del senso.

Leggendo alla luce del presente il pensiero di Barthes, sembra che esso contenga *in nuce* l'idea lotmaniana che non sia il singolo linguaggio, ma la *correlazione traduttiva* fra linguaggi differenti, a generare qualcosa che si possa chiamare il Sistema della Moda o, volendo generalizzare, la stessa Cultura. Non si tratta dunque di stabilire gerarchie fra linguaggi, entro una logica binaria *in fieri* negli studi sulla comunicazione, ma del tentativo di mostrare il meccanismo della loro traduzione reciproca. Da qui, fra le altre, l'idea di individuare negli *shifter*, punti di aggancio fra linguaggi diversi – dal corpo alla parola,

dalla parola al vestito, dal vestito all'ambiente, dall'ambiente ai media, e così via –, gli elementi cardine della significazione.

Solo a partire da questa premessa – o se si vuole da questo programma d'azione – si potrà apprezzare in pieno l'avventura semiologica che viene ogni volta rinnovata da chi ne prende il testimone. “Verrà inevitabilmente un giorno in cui l'analisi strutturale passerà al rango del linguaggio oggetto e sarà presa in un sistema superiore che la spiegherà a sua volta” (p. 328).

Con questa postura sarà anche più facile ridimensionare – e tradurre come un pregiudizio del suo tempo o forse come il timore di fronte ad un compito tanto grande – l'idea di indicare nella parola il centro del lavoro semiologico. Lo si capisce dall'incedere incerto della premessa. Prima afferma: “la vera ragione vuole che si vada dalla parola istituyente verso il reale che essa costituisce” (p. 17). Poi ritratta almeno parzialmente indicando nella Moda – mai ridotta alla particolare moda vestimentaria, ma intesa come generale *macchina* di desiderio – il *soggetto collettivo* che interpone fra noi e l'oggetto, il *nome* che fa desiderare, “un lusso di parole (e di immagini)” (*ib.*), una rete di sensi, il cui fine è creare un simulacro dell'oggetto reale.

È proprio la presa in carico del rapporto sensoriale fra il vestito e il corpo, di cui si occupa nella prima parte del volume dedicata al *codice vestimentario*, a segnare un passo in avanti negli studi di moda. RB si interessa alla dimensione plastica dell'abito, al modo in cui le varianti di materia – peso, morbidezza, rilievo della superficie, trasparenza, eccetera – partecipano alla sua significazione. “È preferibile rifiutare di assoggettare la sensazione dell'indumento a un senso particolare; quando è pesante, opaco, rigido o liscio, l'indumento partecipa a quell'ordine di sensazioni del corpo umano che chiamiamo cenestesi: *le varianti di materia sono varianti cenestesiche*” (p. 150, *cors. n.*). Esse, fra tutte le varianti, chiosa Barthes, sono quelle che si avvicinano di più ad una “poetica dell'indumento”.

Un ulteriore sorpasso della semiologia di Barthes, rispetto alla sociologia del tempo, consiste nella capacità di formulare un metodo che consente di vedere nella moda lo statuto di un oggetto culturale autonomo, dotato di proprie strutture e nuove finalità (p. 311). Attraverso la traduzione, alla dialettica dell'innovazione e della imitazione, analizzata in sociologia da Spencer in poi, si sostituiscono o si aggiungono altre funzioni – analoghe a quelle di tutta la letteratura, in generale di tutta l'arte –, che si possono riassumere nella visione e nell'analisi della Moda intesa come *forma del racconto*, narrazione, discorso.

Inoltre, afferma Barthes, prendendo definitivamente su di sé le strutture della lingua, l'atto di parola della Moda *moltiplica i segni* – “costituisce il senso come un vero lusso dello spirito” (p. 312) –, e fa significare *la tela*. Da qui l'interesse per gli *insiemi retorici* (a cui dedica la Seconda e ultima parte dell'opera). “La retorica apre la Moda al mondo; attraverso di essa il mondo è presente nella moda” (*ib.*). La retorica dice RB è aperta al mondo per tre ragioni: in primo luogo perché nomina le sostanze, poi perché le dota di una maschera di (seconda) natura, e infine perché le ripresenta in forma di rappresentazione di mondo (ideologia, immaginario, mito). Si tratta quindi di una presa dei e sui mondi, isole e arcipelaghi di significato, che si concretizza in una intensa attività di (ri)classificazione e di *dispatching* – di smistamento e assemblaggio del materiale semiologico all'interno del sistema dei generi – la cui forza origina e si sviluppa a partire da una *relazione polemica*. “Il senso nega ogni valore intrinseco alle sostanze. Questo rifiuto è forse la funzione più profonda del Sistema della Moda” (p. 313). Si spiega forse meglio così il doppio carattere della moda generatrice di *segni mobili*: guardiana del senso e aperta al mondo.

Non c'è da stupirsi dunque della tendenza *autotelica* della moda contemporanea (sui cui ritorna in Conclusione). La moda, afferma Barthes, si risolve in un processo di autodefinizione, come uno specchio che si autoriflette. E che al contempo trasforma chi vi si riflette. Come quando, nel lancio della collezione di Balenciaga affidata ad una puntata dei *Simpson* (2021), il protagonista Homer, trovandosi in passerella nei panni del modello, vede la sua stessa immagine riflessa negli occhiali di Anna Wintor, al che non può fare a meno di esclamare: *Holy crap... I'm beautiful!*

È ancora così, metamoda.

(Paolo Sorrentino)