

Dolce&Gabbana P/E 2015

Collezione Dolce&Gabbana P/E 2015.

Claveles rojos appuntati sui capelli tra l'orecchio e la nuca, stampati su abiti neri, ricamati su scialli; *trajes de lunares* ricchi di balze, per ballare *las sevillanas* o per andare a cavallo durante il pellegrinaggio a la *Virgen del Rocìo* o per ricevere gli amici *en las casetas de la la feria* e offrire loro un bicchiere *de manzanilla*, perché il vino è necessario per favorire che *entre el duende* e iniziare a ballare; *trajes de luces bordados* dei toreri; il tradizionale; ricco pizzo nero o bianco delle *mantillas* è utilizzato per gli abiti trasparenti ed erotici*; rojo, negro; mantón de Manila;* capelli raccolti con *raya en el medio*; *cante toque baile*. Ci sono quasi tutte le suggestioni dell'Andalusia nella collezione donna Dolce&Gabbana 2015– mancano *las mantillas con sus pinetas, , le chitarre* e *las castañuelas* e non osiamo nominare *los pasos* delle processioni *de la Semana Santa* perché temiamo che i nostri potrebbero stampare la *Macarena* o il *Cristo del gran Poder* sulle banali t-shirt. Ne avevamo avuto un assaggio a luglio nella collezione uomo che, precedendo la donna parrebbe essere utilizzata come pietra di paragone – per vedere l'effetto che fa-, come vengono accolte le scelte stilistiche del duo più famoso del mondo o semplicemente per un principio di pari opportunità. Quindi ci aspettavamo questa performans.

Differenze? Alcune: sull'abito femminile non abbiamo trovato le stampe di tori in piena carica, le stampe a fiori sono più discrete sul tessuto femminile di quanto non lo siano sul

completo maschile formale; le immagini sacre impresse su una polo con cappuccio sono sostituite da una profusione irritante di ex-voto; quel cuore d’argento sbalzato sormontato da fiamme che costituisce uno degli elementi devozionali più diffusi, dal momento che rappresenta una generica forma per testimoniare una grazia ricevuta dal cielo. Una tradizione siciliana per non perdere il filone isolano così sviluppato nelle creazioni e nella comunicazione dei nostri stilisti? Può darsi anche se ovunque in Italia, in qualsiasi santuario si possono trovare alcune pareti tappezzate da questo segno di gratitudine dei fedeli .

Abbiamo detto che si tratta di un irritante utilizzo del simbolo sacro, perché è usato in sostituzione del gioiello, come fibbia a chiudere una cintura, o per decorare disseminandoli in grandezza diversa infinite volte sulla superficie dell’abito, sembra di essere in una sacrestia.

Le collezioni Dolce&Gabbana possono piacere o no, certamente restano nella memoria . Suscitano emozioni che possono andare da una assoluta ammirazione ad una assoluta irritazione. Dipende dalla sensibilità. Il loro è un prodotto semplice; da un punto di vista creativo non ha particolari pregi. Il duo di stilisti non manifesta speciali capacità ad esplorare forme nuove, innovative linee, tagli o volumi o di modellare il tessuto. Bisogna però dire che sono bravi a spettacolarizzare il loro prodotto; a caricarlo di suggestioni che attingono a man bassa da tradizioni culturali o popolari che non sono una semplice fonte di ispirazione ma una miniera da cui rubare figure, immagini, rappresentazioni. Poi il tutto è rappresentato –esasperato- sulla passerella o nelle immagini delle campagne pubblicitari di grande effetto e impatto.

Bravi comunicatori, bravi imprenditori, ma non bravi stilisti.