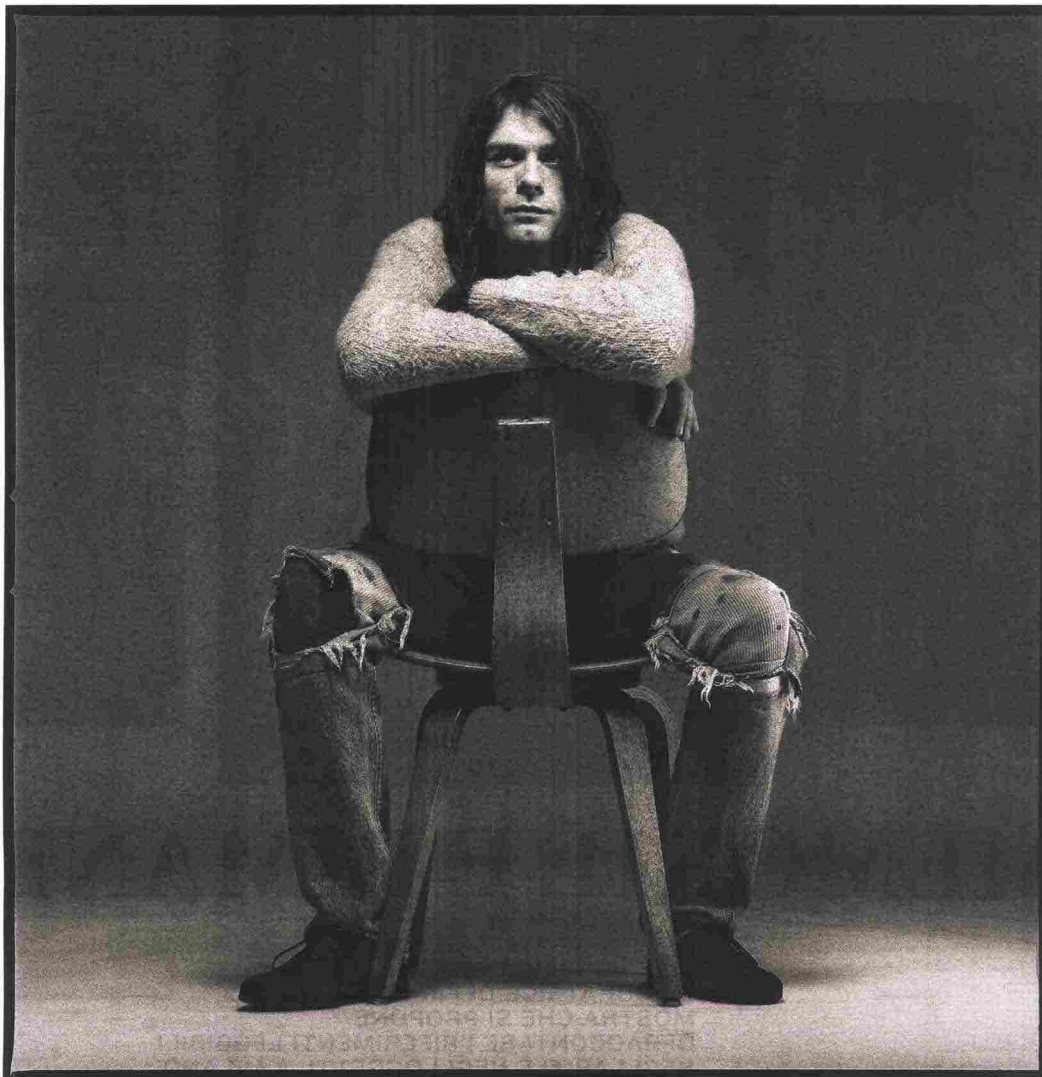


MITI



Kurt Cobain in una foto di Michael Lavine esposta nella mostra di Firenze a Palazzo Medici Riccardi.

ALTERNATIVI PER SEMPRE E PER FORZA

L'EPOPEA DEL GRUNGE RIVIVE IN UNA MOSTRA DEDICATA A KURT COBAIN, IL PERSONAGGIO CHE HA RIUNITO IN SÉ LE DUE ESPRESSIONI DEL MOVIMENTO, QUELLA MUSICALE E QUELLA DELLA MODA.

DI MICHELE CIAVARELLA

SENZA SCOMODARE i corsi e i ricorsi storici, l'incertezza della cultura sociale contemporanea sta provocando molti episodi di reminiscenza. A Firenze, la mostra *Come as you are. Kurt Cobain and the Grunge Revolution* (Palazzo Riccardi, fino al 14 giugno) fa rivivere un fenomeno nato proprio in un'epoca di passaggio di passaggio come la nostra, il grunge e il suo principale protagonista.

C'è il grunge musicale, quello nato a Seattle nella seconda metà degli anni Ottanta del Novecento, e quello che negli stessi anni si manifesta ovunque addosso alla generazione che è rimasta delusa dell'edonismo reaganiano e spera di essere protagonista nell'era della nascente new economy. Il mito di Kurt Cobain (Aberdeen, 20 febbraio 1967 - Seattle 5 aprile 1994) nasce nel momento in cui il capo dei Nirvana riunisce in se stesso entrambe le cose. Anzi, raccoglie in sé tutti i significati di una contro cultura che apparentemente è contro tutto: si oppone al popular rock e ne inventa uno alternativo riunendo influenze dell'hard e punk rock, dell'heavy metal, dell'hardcore punk

MITI

«SEI MESI FA IL SUO CARDIGAN BEIGE MAI LAVATO È STATO VENDUTO IN UN'ASTA ALL'HARD ROCK CAFÉ DI NEW YORK PER OLTRE 300 MILA DOLLARI»

Due scatti di Charles Peterson per la mostra *Come as you are*.

e del post hardcore; si allontana dalla moda griffata e glamour del rock barock tipico degli anni Ottanta e si veste di jeans strappati, maglioni infeltriti e gioielli costruiti con il cerotto da pronto soccorso; fa di tutto per assumere l'aspetto trasandato rifiutando barbieri e parrucchieri e spesso anche le docce. Con la sua band ma molto di più con la moglie Courtney Love, approfittando del proprio aspetto fisico che emana una sensualità universale e trasversale, Cobain mette in scena il personaggio del «maudit» in un movimento di «post maledetti», sesso, droga e rock'n'roll unito a manifestazioni depressive. Un Arthur Rimbaud con la chitarra le cui canzoni replicano quello sguardo poetico «che penetra attraverso una realtà coscientemente frantumata fin nel vuoto del mistero» che si raggiunge soltanto, scriveva il poeta francese, «attraverso una lunga, immensa e ragionata sregolatezza di tutti i sensi». Un groviglio di negazioni e aspirazioni che per Cobain finiscono il 5 aprile 1994 a 27 anni con un suicidio (causa della morte: un colpo di fucile; seguiranno anni di inchieste e di processi per omicidio mascherato).

Negli stessi anni anche il mondo della moda entra nel loop del fermento distruttivo nella speranza di costruire un'alternativa al gloss delle vetrine griffate, dei party glamour e della moda che aveva invaso ogni argomento di conversazione provocando un'ansia di prestazione da look che Bret Easton Ellis ha raccontato alla perfezione in *Glamorama*, capolavoro della letteratura di quegli anni che arriva in libreria nel 1998.

Nel 1993, a New York Marc Jacobs, un giovane direttore creativo di Perry Ellis, marchio americano di abbigliamento sportivo, manda in passerella una collezione che nega la moda come espressione e la intitola «grunge chic». Contraddizione delle contraddizioni che, nelle intenzioni, doveva generare una sovversione. Totale, completa, assoluta: la moda che distrugge se stessa e che rinasce dalle sue ceneri. Come è successo con la musica del Nirvana, dei Pearl Jam e di Alice in Chains, come succede con il fisico di giovani biondi e dai capelli lunghi, belli e coloriti dall'aria pulita della West Coast dello stato di Washington, che invece appaiono emaciati, poco in salute e spesso con una

bassa frequenza di acqua e sapone in una vasca o sotto la doccia. Il disastro commerciale della sfilata portò al licenziamento di Jacobs che, subito dopo un passaggio alla direzione artistica dell'italiana Iceberg, nel 1997 arriva alla direzione creativa di Louis Vuitton (il simbolo dell'anti grunge) per dare vita alla prima collezione di moda del marchio francese famoso per le borse e gli accessori. Ma intanto, la «moda grunge» (ossimoro perfetto che spiega ogni cosa) prende piede e, soprattutto, riporta nella moda il concetto di street style degli anni Settanta. Nascono così le esperienze alternative: Helmut Lang è la più raffinata, Kostas Murkudis e Miguel Adrover le più sperimentali. Ma siamo già verso il 2000 e l'esasperazione del jeans bucato è stata ripulita, insieme ai luccichii degli anni Ottanta, dal minimalismo di ispirazione Prada che però recupera anche l'intuizione dell'essentialismo di Lang e della decostruzione di Martin Margiela.

È straordinario come in in quel periodo grunge tutto scorra in fretta anche prima che si affermi il ritmo veloce di internet di cui avremo coscienza qualche decennio dopo. Ma intanto, quel discostarsi dalle convenzioni predicato da Cobain e vestito dalla moda della strada si rintana nelle istituzioni viene assorbito dalla necessità di fare profitti che ha l'industria. Ed è straordinario che quella tensione venga oggi ricordata, soprattutto nella moda, in un sistema dominato dalla finanza che pure finanzia espressioni alternative. Gli echi grunge nella moda di oggi non sono soltanto quelli di Junya Watanabe, che lavora in un contesto alternativo come quello della giapponese Rei Kawakubo, o di Gosha Rubchinskiy finanziato dallo stesso gruppo. Aspetti grunge si trovano anche da Balenciaga, marchio del gruppo Kering, ad opera di Demna Gvasalia e da Louis Vuitton visto da Virgil Abloh. Ma questi esempi, al di là della moda e delle mode, servono solo a capire quanto le tensioni creative che sfociano nel sociale si ripetono a ritmo periodico. Proprio come fa la storia.