DOPPIOZERO

Il sigillo di casa Gucci

Bianca Terracciano
13 Gennaio 2022

L'ultimo lavoro di Ridley Scott, *House of Gucci* (2021), campeggia ai vertici dell'agenda mediatica sin dalle fasi iniziali del progetto, complice il cast stellare e l'imminente centenario della casa di moda italiana. Il film è una trasposizione cinematografica del volume *The House of Gucci: A Sensational Story of Murder, Madness, Glamour, and Greed* di Sara Gay Forden, risalente ai primi anni Duemila e pubblicato in italiano da Garzanti (2021). Si tratta, dunque, di una narrazione romanzata, drammatizzata, di eventi di cronaca che riguardano le sorti della famiglia Gucci a partire dall'ingresso di Patrizia Reggiani (Lady Gaga) prima nelle vesti di fidanzata, poi di moglie e, infine, di assassina di Maurizio Gucci (Adam Driver). Nessuno spoiler: la storia è ben nota al grande pubblico, così come i vari passaggi di testimone della casa di moda fiorentina, ora parte del gruppo Kering, e attualmente guidata da Alessandro Michele (direttore creativo) e Marco Bizzarri (amministratore delegato).

Tanta notorietà comporta una prima sfida nella costruzione di una narrazione filmica efficace: fare apparire veridici personaggi e situazioni. L'ampia documentazione e la relativa vicinanza temporale degli eventi ha reso fondamentale l'investimento non tanto sulla corrispondenza alla cronaca, bensì sull'*ammobiliamento del mondo possibile* di casa Gucci. La focalizzazione del discorso filmico su determinate figure organizza il susseguirsi degli eventi narrati e la coerenza degli elementi rappresentati, la cui acme si raggiunge con gli oggetti di moda "iconici" di Gucci, tra cui i mocassini con il morsetto ? unica scarpa indossata da Maurizio Gucci, anche durante un'epica traversata in moto ?, o il foulard con il pattern "Flora" che diventa centrino per ostentare il troppo sfarzo e, in un secondo momento, bersaglio di dileggio in forma di ribellione all'opprimente patriarcato.

C’è un oggetto in particolare che viene inquadrato nei momenti topici e trasformativi della narrazione, a partire dalla scena iniziale, che sembra racchiudere il senso di appartenenza alla “casa Gucci”. È un anello-sigillo d’oro, con inciso GG sul castone, l’emblema di un patrimonio identitario e culturale di portata vastissima, di un modo di essere autenticamente italiani, o, meglio ancora, toscani. Etimologicamente, *sigillum* è diminutivo di *signum*, elemento che rende la sua giustapposizione al sostantivo anello significativa rispetto all’essere segno distintivo di un’autorità economica e morale.

L’anello *chevalier* portato al mignolo da Maurizio Gucci può essere considerato la metafora delle sue origini e dell’ascesa famigliare al successo. Come ricorda Roland Barthes, i gioielli, in quanto composti da sostanze minerali preziose, hanno radici infernali, latrici di colpe, devianze, e brutalità, anche se si esperiscono nella loro versione migliore, lucente e imperturbabile.

L’ostentazione del potere converge nella costruzione identitaria dei Gucci, del loro modo di essere. Un anello di famiglia che viene baciato da Paolo Gucci (Jared Leto) per manifestare fedeltà e coinvolgimento, o che compare sul mignolo esanime di Rodolfo (Jeremy Irons) per rendere imperituro il lascito simbolico ai posteri, ormai storicizzato. L’anello chevalier è indossato dai componenti del ramo principale della famiglia Gucci in quanto “valore assoluto” ? direbbe Barthes ? di “un potere terribile, a cui basta essere visto per essere dimostrato”. La capacità di esercitare l’autorità giunge al culmine quando si può comprendere in una soluzione unica, in un solo colpo d’occhio, mediante un *monogram* ? la doppia G ? che si ripete all’infinito

su qualsiasi tipo di oggetto, soprammobili inclusi. La dimostrazione del potere tramite la sola vista dimostra che a essere pregiato non è l'anello d'oro, ma l'idea impressa insieme al *monogram*, il patrimonio immateriale che incarna. E allora, come fa notare Aldo Gucci interpretato da Al Pacino, non importa che la doppia G sia su merce originale o tarocca, ma conta l'illusione (degli altri o di sé) di ottenere, anche solo nel lasso di tempo del possesso, lo stesso status sociale di un vero Gucci o di un suo pari. Scrivo al maschile perché l'anello-sigillo è "un segno di ultrapotenza" riservato agli uomini Gucci.

Difatti, la protagonista femminile della storia, Patrizia Reggiani, quando argomenta la sua appartenenza alla famiglia usando un gioiello, è costretta a fare appello alla fede per reclamare l'autorità di intervenire nelle questioni della casa di moda, in quanto sposa di Maurizio. Il problema sta qui, nella subordinazione di Reggiani a Gucci, nel fatto di non essere mai veramente accettata come simile per inadeguatezza dovuta alla nascita. Le questioni di genere e sociali hanno provocato nel mondo reale le ire dei discenti di Aldo Gucci, indignati per la rappresentazione dei loro congiunti come "teppisti", mentre la Reggiani risulta quasi martirizzata. Giudizi di valore a parte, è innegabile che Reggiani sia una criminale glamourizzata dal suo modo di essere e di abbigliarsi, soprattutto perché, in quanto matrona Gucci il suo ruolo consisteva nell'essere adornata con simboli di potere, poiché testimonianza vivente di prestigio. In *House of Gucci* viene documentata molto bene la metamorfosi vestimentaria di Reggiani in Gucci, che, in quanto donna-vetrina di una casa di moda globalmente riconosciuta, vira sempre più verso il barocchismo, aggiungendo nuove maglie alla catena di oggetti preziosi con cui afferma di meritare la sua condizione sociale. Abbigliamento e gioielli servono a naturalizzare l'identità di Reggiani, a configurare e a diffondere la sua mitologia, il suo ingresso nell'immaginario comune. Vestiti e gioielli schermano Reggiani dalle sue origini borghesi, proteggendola addirittura anche da eventi negativi, come si evince dai suggerimenti della cartomante Pina Auriemma, complice dell'assassinio.

Siamo pur sempre negli anni Ottanta, l’era del *power dressing*, dove i volumi di vestiti e accessori aumentano in proporzione diretta allo status desiderato. Gli oggetti di moda ricoprono il corpo assumendo funzioni dovute ai loro usi contestuali, e, al contempo, permettono di comunicare agli astanti un modo di essere, uno stile di vita, connettendo abito, corpo e accessori, per combinazione o contrasto. La propensione all’eccesso di Patrizia Gucci serve a emanciparsi e a squilibrare l’assetto dominante, provocando una totale rivoluzione di volumi, identità e supporti. Basta pensare a Patrizia Gucci *overdressed* sulla neve e alla sua nudità nel momento in cui capisce che non può più tornare indietro dopo aver commissionato l’assassinio.

I preziosi sigillano il legame imperituro con il passato, che a un certo punto diventa troppo ingombrante per il passaggio in un futuro dove le tendenze si susseguono più velocemente e germina la propensione alla democratizzazione. Il *monogram* e l’*heritage* non bastano più da soli, non garantiscono la genuinità dell’artefatto: bisogna fondare uno stile, una visione d’insieme che giustifichi un continuo processo di *guccificazione* della moda. E così, dalle tazze con le G “vendute negli aeroporti”, si passa al perizoma con il *monogram* di metallo ideato dal direttore creativo degli anni Novanta Tom Ford, oggi più prezioso di un gioiello perché parte della collezione permanente del Metropolitan Museum of Art di New York. Un americano prende le redini della casa di moda simbolo di italianità attualizzando la rivoluzione che porterà il marchio nel nuovo Millennio, così come un tedesco ? Karl Lagerfeld ? rivitalizza la massima espressione della ricercatezza francese, cioè Chanel.

Il sistema della moda viene incorporato dalla globalizzazione: per questo, malgrado “oggi in Gucci non compare alcun membro della famiglia Gucci”, come spiega un cartello alla fine del film, ma continua a

essere uno dei primi tre marchi al mondo, dopo un secolo di storia iniziato con le prime valigie progettate da Guccio Gucci. La *guccificazione* risiede nella propagazione del *monogram* o nell'appartenenza a un *heritage* ? Piuttosto sta nel "potere di significazione", nella capacità di tradursi e rinnovarsi nei corsi e ricorsi storici di cento anni, nell'itinerario iniziato in Toscana e poi al Savoy di Londra e ancora in essere in tutto il globo, ravvivato da *hacking* corporativi (vedi Balenciaga) o da collaborazioni pensate per affinità etiche (The North Face).

Il *monogram* ha un duplice bagaglio: sigilla un'eredità, la chiude e la contrassegna come "riservata ai membri della casa", e nel mentre offre un modo per sembrare parte di un mondo possibile, quello di Gucci, immergendosi nei suoi segni distintivi.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

Academy Award® Winner
LADY GAGA
Academy Award® Nominee
ADAM DRIVER
Academy Award® Winner
JARED LETO
Academy Award® Winner
JEREMY IRONS
Academy Award® Winner
AND AL PACINO
A LEGACY WORTH KILLING FOR
HOUSE OF GUCCI
A FILM BY RIDLEY SCOTT
INSPIRED BY THE TRUE STORY
MUSIC BY HARRY GREGSON-WILLIAMS
PRODUCED BY RIDLEY SCOTT, p.g.a. GIANNINA SCOTT, p.g.a. KEVIN J. WALSH, p.g.a. MARK HUFFAM, p.g.a.
BASED ON THE BOOK "THE HOUSE OF GUCCI" BY SARA GAY FORDEN
STORY BY BECKY JOHNSTON
SCREENPLAY BY BECKY JOHNSTON AND ROBERTO BENTIVEGNA
DIRECTED BY RIDLEY SCOTT
COMING SOON
#HouseOfGucci
MGM