

## Vivienne Westwood, la moda e le mille vite

**Bianca Terracciano**

1 Gennaio 2023

«Too Fast to Live, Too Young to Die», troppo veloce per vivere, troppo giovane per morire.

Il destino era già rivelato da uno dei nomi del negozio con cui, nel 1971, Vivienne Westwood ha iniziato il suo cammino verso l'immortalità. La velocità ha caratterizzato l'anticipazione delle tendenze, che la designer considerava un senso innato. A Westwood non è mai importato di essere icona, di lasciare tracce per la memoria, il suo obiettivo era esprimersi vivendo al meglio delle sue possibilità e in più [salvare il mondo per regalare una vita alle generazioni future](#).

Appena si rende conto di far parte del sistema più tossico per l'ambiente, Westwood dirige il suo spirito ribelle verso l'attivismo e rende la protesta una forma ulteriore di arte. Gli oggetti di moda diventano uno strumento di rivolta sempre più raffinato, come si vede nella collezione autunno-inverno 2016/17 *Intellectuals Unite*, una [chiamata all'azione rivolta alla comunità intellettuale](#) mondiale, finalizzata a fermare il cambiamento climatico. Nel video che introduce la collezione, Vivienne mostra una mappa su cui la maggior parte del mondo è dipinto di rosso-pericolo per dare concretezza al manifesto del movimento, consistente in una lista di problemi risolvibili con l'azione collettiva guidata dall'agente trasformatore *noi*, di cui lei è umile portavoce e collante. Questo movimento intellettuale parte dalle università e serve a costruire la green economy per attuare la rivoluzione climatica.

Non è un caso che Westwood sceglie come origine l'accademia, luogo altamente significativo che ha rivoluzionato la sua stessa vita grazie all'incontro con Andreas Kronthaler, suo studente durante la docenza alla *Die Angewandte* di Vienna, marito e poi direttore creativo del marchio. Bisogna agganciarsi all'ancora del sapere in un mondo dove l'acqua è più preziosa del petrolio, la plastica uccide gli esseri viventi, e non c'è fine all'eccidio dei migranti e alle guerre, mentre il senso comune ha la mente confusa dai media mainstream che distraggono l'attenzione dai veri problemi del mondo. Il futuro parla la lingua della cultura, non del

consumo, adagio che ripete nuovamente in una video-lettera rivolta al pianeta terra, registrata a ottobre 2021 [sul palco dello Shakespeare's Globe Theatre](#) in occasione della Cop26.



Westwood propone come soluzione ai problemi del mondo una *land-based* economy governata dal principio di cooperazione e non di competizione. Bisogna *rinaturalizzare* il mondo, ripristinare e riparare gli ecosistemi, processo da cui deriva il nome della collezione primavera-estate 2023, *Born to Rewild*, dove coesistono gran parte dei motivi che hanno caratterizzato la produzione artistica di Westwood. Volumi ampi e distorti, tagli e strappi, tanti cuori, con in più un restyling del tartan datato 1993 chiamato, in onore del compagno, McAndreas, regolarmente iscritto nello *Scottish Register of Tartans*.

Westwood ha registrato anche altri tartan significativi, lo *Storm in a Teacup*, dove la pratica dell'inglesità incontra la ribellione, e il *MacPoiret*, dedicato al pensiero divergente di un designer che, a inizio Novecento, liberò le donne dai corsetti promuovendo l'uso della brassiere. A una disamina superficiale l'omaggio potrebbe sembrare un paradosso perché Poiret dichiara fuori moda uno degli oggetti iconici di Vivienne Westwood, il corsetto d'ispirazione vittoriana, recuperato a cavallo tra anni Settanta e Ottanta.

Il corsetto ci ricorda che Westwood ha contribuito a più riprese a far emergere l'intimo, rendendolo visibile, o esplicitando la sua assenza, come dopo aver ricevuto il titolo di Ufficiale dell'Impero britannico, in seguito elevato a Dama. Il corsetto di Westwood non è più un sostegno ortopedico per un corpo fragile, ma un'arma di legittimazione del potere del corpo femminile, così come la gonna *mini-crini*. Urge precisare che il dinamismo della moda di Westwood e la sua persistenza nel tempo dipendono anche dal sistema di traduzione/citazione di motivi appartenenti alla storia del costume anglo-francese, e al loro conseguente adeguamento allo spirito dell'epoca contemporanea.

# 矢沢先生、ヴィヴィアンについて教えて!

- Q. ヴィヴィアンとの付き合いの、スタートは何でしたか?**  
 A. 実は自分には似合わないと思ってたけど、知り合いが着てたのがあまりにステキだったので、がまんできなくなった(笑)。1度着たら、シルエットの美しさにハマりました。
- Q. いちばん始めに買ったヴィヴィアンは、何でしたか?**  
 A. すいません…思い出せない。
- Q. もっとも大事なヴィヴィアンは、何ですか?**  
 A. …選べません。全部大事。でもヴィヴィアンは、スーツがとくに好き。
- Q. 今、もっとも欲しいヴィヴィアンは、何ですか?**  
 A. 昔から探し続けてるレオパードのファーコート。
- Q. どこのヴィヴィアンのショップで、買うことが多いですか?**  
 A. ヴィヴィアン・ウエストウッド青山店。
- Q. 古着の場合だと、どこのショップ、あるいはウェブサイトがおすすめです?**  
 A. Milly Molly Mandy.
- Q. この世で誰か、いちばんヴィヴィアンがにやにやと思いませんか?**  
 A. デザイナー本人。
- Q. どれくらいヴィヴィアンにつき込んでいますか?**  
 A. 相当。

## ホルターネック

「自分ではあまり着ていない服です。ナナはわざと裏表を逆に着てます。そのうち表を着てるシーンも出したいと思っています。ちなみにこれは、まだコミックス化されていないシーンですが…」

第2巻P180より



Cookie7月号P27

## コルセット

「ヴィヴィアンのコルセットは、付けるとすごい谷間が作れます(笑)★このコルセットは、ノブが、ナナを盗みかけて上京してきた日にナナが着ていたもの」

## オーブライター

「オーブのガスライターは、今は使わずに仕事場に置いてあります。使い過ぎたのか、だんだん、ガスが入らなくなってきたの…。世界500個限定の、限定ものです★シンも愛用してます」

第6巻P129より



第4巻P62より

## チョーカー&ブレスレット

「伊勢丹本店に、友人が探めていた頃に予約購入したブレスレットとチョーカー。私の持っているものはピンクですが、ナナは黒を持っています!」



第6巻P101より

## ミニバッグ

「古着屋さんで見つけたときには、すでにボロボロだったのですが、めずらしいサイズのヤスミンだったので、つい買ってしまいました…。衝動買いです!」



第6巻P136より

## パールネックレス

こんな大ぶりのネックレスは、スーツやブラウスに合わせて、ここぞに着るのが好きです。といっても、最近ほ、ラブな格好をしていることが多いのですが…。ヴィヴィアンを着るなら、これくらいしなないとね。ナナは、予告カットでつけたことがあります

00年7月新刊号の予告カット



## ゴールドピアス

「ナナがふだんつけているピアス。ナナはアクセサリはすべてシルバーですが、私は、アクセサリはほとんどゴールド。美里と同じカラーです!」

第4巻P74より



## パール付きピアス

「こんな、ほでなピアスは、あまり使わないのでは? と思われるかもしれませんが…。実はよく使います。関西の人間なんで、ハテ好きなんですよ、私(笑)★このピアスは、ナナのステージ用のピアスです」



## パールネックレス

「私は、こついオーブがついているネックレスが好きなんです(笑)。これは私物のネックレスの中では、最も、小ぶりのタイプなんですよ!★ナナの東京初ライブの日、ハチがナナから借りてつけていたネックレス」



**かっぴもかっぴもプレゼント**

応募のさまりは、P007を見てね

**LDSEX DAY LONDONのネクタイ**

¥1900

シンプルでアパラスを合わせたら、ネクタイはリッチな印象が湧く。2本巻。商品の詳細はP007。SEX DYNAMITE LONDON03-5474-6788

16

037

Westwood ha saputo attuare un peculiare esercizio di memoria collettiva, orientata alla riscrittura e alla “creolizzazione” delle tradizioni del presente. Comprendere il passato le ha permesso di ottenere una visione sistemica atta a garantire l’avvenire altrui con l’attivismo, scelta che le ha creato non pochi problemi, soprattutto in forma di accuse di greenwashing. Sicuramente la produzione di alcuni oggetti potrebbe essere considerata controversa, ma in questa sede è più giusto concentrare l’attenzione sull’impatto simbolico di Westwood estrinsecato dai segni distintivi del suo stile.

La collezione Born to Rewild sembra chiudere un ciclo tramite il pattern a tema Saturno che celebra la ricomparsa del pianeta nel segno in cui si trovava alla nascita di Westwood. Il ritorno di Saturno accade ogni 27-29 anni e viene considerato un rito di passaggio per chi compie 30, 50 o 80 anni. Stando all’astrologia, il caos creato da Saturno distrugge e ricostruisce e, soprattutto per una Westwood dichiaratamente taoista, sembra tradursi nel passaggio da una vita all’altra. Il taoismo rifugge la reificazione dell’esperienza che inaridisce la società, e sposta il focus sull’accettazione del caos come flusso attivatore di crescita personale.

Con Westwood il caos si trasforma in couture, così come celebrato su molti indumenti a sua firma, e poi anche da una mostra sull’influenza punk sulla moda tenutasi al MET di New York nel 2013, dove sono state esposte più di venti sue opere. Padroneggiare il caos vuol dire avere consapevolezza di cosa poter fare e poter essere, che coincide con il sogno di Westwood di regalare una vita alla generazione successiva. La proiezione verso il futuro è incisa nel segno che meglio ha caratterizzato le creazioni di Westwood, l’orb, cioè un globo crucigero circondato da un anello di Saturno, in cui l’inglesità raggiunge una dimensione universalizzata.



Partendo da un maglione realizzato pensando all'attuale Re Carlo, l'orb di Westwood ha assunto svariate forme sino a ricoprire il ruolo di oggetto di culto della generazione Z su TikTok. Il ritorno di Saturno diviene un passaggio di testimone sostanziato da un bijoux noto come *Three Row Pearl Bas Relief Choker*, un collier a tre fili di perle in vetro Swarovski – dunque sostenibile –, con al centro l'orb. Ammetto di essermi meravigliata quando l'ho visto in aula, addosso a un mio studente della Sapienza. Poi, grazie a TikTok ho capito che l'esprit comunicativo di Westwood e del suo orb è stato capace di riunire varie derive della tendenza Y2K, dal classicissimo *royalcore* – basato sulla quotidianizzazione dello stile *Austen-Bridgerton* – ai più tecnologici *e-kids* che mescolano k-pop, hip-hop e ispirazioni manga.

La transculturalità di Westwood attecchisce nell'immaginario della mangaka Ai Yazawa che popola *Nana* (Shueisha 2000-2009), il suo lavoro più famoso, con pezzi iconici di Vivienne Westwood tra cui l'orb in varie declinazioni, l'anello  *Armour*, le scarpe con zeppa di legno *Rocking Horse*, o la giacca *Heart Lapel*. Gli oggetti di moda hanno il compito di trasmettere a chi legge l'estetica di due gruppi di musicisti punk-rock e della loro cerchia di amici. Non c'è da stupirsi se il protagonista maschile, Ren, compagno di Nana, è ispirato a Sid Vicious. Il marchio

Westwood non ha ignorato la ghiotta occasione comunicativa e, durante la pubblicazione del manga, ha avviato una campagna pubblicitaria dedicata, in modo da essere naturalizzato nello streetstyle delle Harajuku girls. Il potere terreno dell'orb coincide con la sua ampia duttilità e traducibilità. Un segno che, come da caratteristica figurativa, ingloba e mette in comunicazione circolare, le inclinazioni trasversali a generazioni, culture e periodi storici.

Con Umberto Eco si può dire che Vivienne Westwood ha coltivato la memoria per vivere mille vite, donandole altrettante a chi la seguirà su questo globo.

---

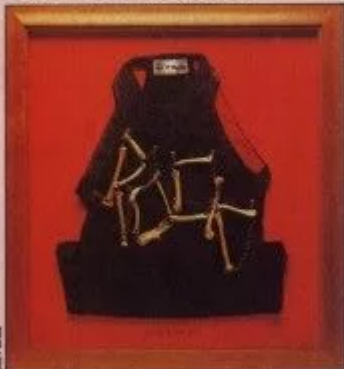
Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.

Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

---

From the Swinging Sixties to the Extreme Eighties every dedicated follower of fashion has made monthly visits to check out what's happening at this extraordinary shop site. One by one it has housed the leaders of the avant-garde pack. *Miles Chapman pots a style history*

## 1971 LET IT ROCK



OLLY BALL

Vivienne Westwood and Malcolm McLaren started by selling *Fifties Rock'n'Roll* records in the back room of Paradise Garage done up as a suburban Teddy Boy's dream front room with ornamental jars of Brylcreme. Vivienne made Ted clothes for Malcolm, they started to sell those too and soon took over the entire shop. Teds loved it. So did milliner Stephen Jones, then aged 13, whom they fitted out in orange and black—drape jacket, drainpipe jeans, day-glo socks, ruffled shirt, boathouse tie — and lime-green suede brogue creepers.

## 1972 TOO FAST TO LIVE TOO YOUNG TO DIE

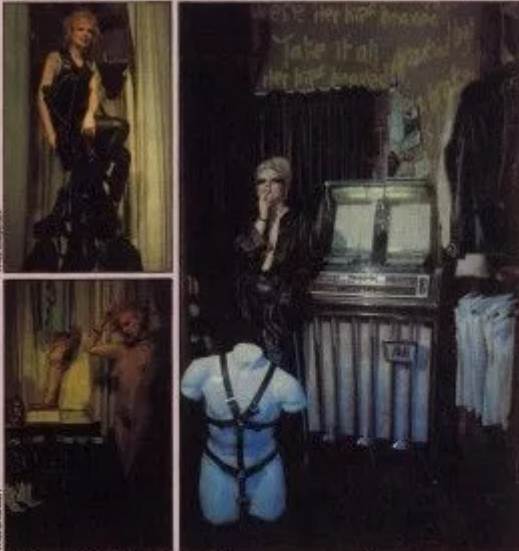


Malcolm and Vivienne's interest shifted from Teds to Rockers. The new name was a slogan from a biker's jacket. They got deeper into leather, studs and zips.

## 1974 SEX



PHILA BOCK



WILL INGLISH

WILL INGLISH

PHILA BOCK

The huge padded plastic letters of the new name were shocking pink. Malcolm and Vivienne had gone all the way — making public display of the leather and rubber stuff that fetishists succumbed to in private. The two little pictures above show Vivienne sporting a strappy ensemble and the all-in-one 'rubber Johnny' suit. Jordan (shopgirl of the year, above and right) wowed fellow commuters from Sussex by boarding the train in such apparel. The shop's walls were thick with gobs of latex and sprayed with lines from things like the S.C.U.M. Manifesto. Malcolm formed the Sex Pistols. A boy was arrested in Piccadilly Circus for wearing a Sex T-shirt of two semi-nude cowboys. The Police swooped. Jordan starred in Jarman's *Jubilee*.



STYDICATION INTERNATIONAL