

LE RIVISTE DI MODA FEMMINILI NEGLI ANNI VENTI: IL CASO DI "LIDEL"

Posted on 7 Luglio 2013 by Storia e Futuro



Categories: [Laboratorio](#), [Numero 32 - Giugno 2013](#), [Numero 32 - Laboratorio](#), [Numero 32 - Rubriche](#)

Tags: [donne](#), [editoria italiana](#), [einaudi](#), [fascismo](#), [guerra](#), [storia](#)



di **Alessandra Zauli**

La rivista femminile "Lidel" nacque nel maggio del 1919, in un contesto molto florido per l'editoria italiana, che aveva fatto di Milano la sua capitale indiscussa. Nella pubblicazione di riviste popolari e femminili, sono soprattutto due le case editrici che si contendono il primato: Mondadori e Rizzoli, e fu proprio quest'ultima tra le prime a introdurre in Italia il sistema della stampa a rotocalco, facendo dei periodici illustrati a grande tiratura uno dei settori di punta della sua produzione.

Questo genere di giornale, rivolto ad un pubblico di estrazione sociale medio-bassa, il cui modello femminile di riferimento era quello della casalinga dedita all'accudimento della casa e dei figli, si impose letteralmente sul mercato, divenendo "l'evoluzione più significativa nel momento in cui la lettura si afferma come consumo di massa" (Carrarini 2003, 812) (R. Carrarini, 2003, *La stampa di moda dall'Unità a oggi*, in *Storia d'Italia. Annali 19. La moda*, a cura di C.M. Belfanti, F. Giusberti, Torino, Einaudi), il paradigma della stampa femminile che sopravvisse oltre la seconda metà del Novecento.

Malgrado tale evidente successo, è opportuno ricordare come le riviste di moda del primo dopoguerra non si presentassero soltanto sotto forma di rotocalco popolare, ma anche in una veste più elegante e raffinata, rivolta ad un pubblico colto e d'élite. La rivista di lusso era un mezzo di diffusione dell'alta moda e faceva riferimento ad un pubblico di tutt'altra tipologia rispetto al rotocalco, ad una donna il cui alto tenore di vita garantiva un certo grado di libertà culturale e sociale, e di spesa.

"Lidel" può essere iscritta in questo secondo filone di stampa; anzi, si può affermare che ne rappresenti un caso emblematico. Sua battagliera fondatrice fu Lydia De Liguoro, giornalista che ne rimase a capo fino al 1923, quando passerà alla guida di un'altra importante testata del periodo, "Fantasie D'Italia", voce ufficiale della Federazione nazionale fascista dell'industria dell'abbigliamento. Il titolo della testata, "Lidel", era un acronimo degli argomenti che i lettori avrebbero trovato all'interno: Letture, Illustrazioni, Disegni, Eleganze, Lavoro. La moda, quindi, costituiva soltanto una delle tante tematiche trattate e discusse nelle pagine del giornale, che si proponeva di dare spazio ad argomenti anche più impegnativi.

Si era, infatti, all'indomani della fine del primo conflitto mondiale, l'Italia era attraversata da una crisi sociale, economica e politica di drammatica intensità e la rivista non intendeva sottrarsi alla trattazione anche di tematiche solitamente considerate poco adatte alle pagine di una rivista di moda e femminile. In questa prospettiva, la moda stessa diventava terreno fertile per la discussione di temi quali quelli del lavoro e della ricostruzione industriale ed economica del paese. Si prenda, ad esempio, la questione relativa all'affrancamento della moda italiana dai dettami di quella straniera, francese in particolare. Questa battaglia, condotta in prima persona dalla direttrice De Liguoro e presente assai di frequente tra le pagine della rivista, non aveva soltanto scopi patriottici e nazionalisti, che pure non mancheranno in "Lidel", come diremo, bensì cercava di promuovere il rilancio dell'industria tessile italiana. In questo periodo, infatti, l'Italia svolgeva un ruolo

sostanzialmente esecutivo, mentre la creazione di modelli faceva capo ai grandi sarti parigini, perpetuando un antico rapporto di dipendenza che sarebbe proseguito per anni, nonostante i tentativi del regime fascista di costruire una moda nazionale.

La stampa di moda stessa aveva poi le sue colpe. Le riviste nostrane, malgrado la volontà di lanciare la moda italiana, proponevano invece, sia nei redazionali di moda sia attraverso la pubblicità, abiti francesi. Evidentemente i giornali seguivano i gusti di moltissime donne italiane, specialmente le più facoltose, che preferivano le grandi case di moda parigine, snobbando i modelli italiani. Addirittura, era pratica assai diffusa quella di farsi inviare d'oltralpe non soltanto il modello dell'abito, ma anche il tessuto per poterlo fabbricare, con grave danno all'industria tessile italiana e un notevole aggravio dei costi, a fronte di una qualità equiparabile o anche inferiore. Non va infine dimenticato come il desiderio di emancipazione della moda italiana nascondesse motivi di affermazione e prestigio patriottico, inerente un settore, quello dell'abbigliamento, nel quale tradizionalmente il nostro Paese si era distinto per capacità tecniche e buon gusto.

Per poter meglio comprendere tutto ciò, prendiamo in considerazione un articolo firmato da Lydia De Liguoro, *La donna nelle nuove opere di rivendicazione nazionale*, che compare sul numero 8 di "Lidel", nell'agosto del 1920 (p. 24). Vi si legge: "Non è la prima volta che in Italia si scrive e si discute intorno all'opportunità di creare una moda la quale si emancipi completamente dalla servitù straniera, fiorendo rigogliosa in questa terra di esteti e d'artisti". E ancora: "Le rivendicazioni di cui ci occupiamo, invece, riguardano la questione economica dal punto di vista dell'industria nazionale, messe in relazione con il risveglio della nuova coscienza femminile". La giornalista sostiene come si debbano creare delle sinergie tra le industrie italiane manifatturiere e di confezione, di modo tale da creare dei modelli appetibili anche per il mercato estero e dando il giusto valore a tutti quei lavoratori e lavoratrici che operano all'interno.

Molteplice è l'intento che la De Liguoro persegue: convincere le signore italiane a preferire i modelli nostrani rispetto a quelli stranieri, facendo leva in particolare su quelle appartenenti all'élite sociale ed economica del paese, sempre attenta alle ultime mode; incoraggiare le case di moda italiane a firmare i propri modelli col proprio nome, non utilizzando nomi che evocano le creazioni francesi; dare impulso a questo settore anche attraverso spettacoli e manifestazioni, da tenersi nelle più importanti città italiane; mettere in luce tutto questo attraverso le riviste di moda che si devono impegnare, innanzitutto, nella pubblicazione di fogge italiane e di figurini semplici e poco appariscenti.

Questo della semplicità, dell'abito privo di fronzoli, è un altro tema assai caro a "Lidel" e discusso quasi sempre all'interno delle rubriche dedicate alla moda. E, ancora una volta, va osservato come il tema costituisca un pretesto per la discussione di argomenti che sconfinano nell'economia, nella politica e nel ruolo sociale della donna. Come in tutte le riviste femminili di inizio Novecento che si propongano come periodici letterari ed illustrativi, anche in "Lidel" l'educazione all'eleganza e al buon gusto della donna ha un ruolo fondamentale. Mag, pseudonimo della giornalista Maria Croci,

firma costante dei redazionali di moda di "Lidel" in quanto corrispondente parigina del giornale, scrive: "Sedurre è il compito della giovinezza: non è per essa una vana civetteria, ma il maggior pregio del suo fascino deve risiedere nella semplicità" (*L'età gioconda e la moda*, in "Lidel", n. 8, agosto 1920, p. 24). L'impronta educativa della rivista si comprende ancor meglio leggendo le righe successive dell'articolo, dove Mag propone alle sue giovani lettrici di adottare *mise* non troppo ostentate, suggerendo "di essere ragionevoli, di non esagerare mai, e in particolar modo di adattare le vostre toilette alle circostanze. L'importante è dar sempre prova di buon gusto" (p. 26).

Le ragioni di questa lotta in nome di una sobria eleganza sono da ricercare in fattori di diversa natura. Innanzitutto nella situazione socio-economica del paese nel periodo successivo il primo conflitto mondiale: le industrie avevano subito una forte crisi; i prezzi dei prodotti erano aumentati notevolmente, provocando non poco disagio tra i cittadini che, in assenza di lavoro, faticavano a dotarsi di beni di consumo anche di prima necessità. In un simile contesto, in cui la maggioranza della popolazione viveva in condizioni di forte disagio, è naturale che la rivista cercasse di frenare la vanità delle signore alto-borghesi, che erano il pubblico di riferimento di "Lidel", invitandole ad abbandonare gli sprechi, le vesti esageratamente ornate e fabbricate con tessuti costosissimi e proponendo loro, invece, di optare per toilette semplici e comode, evidenziando come l'eleganza non fosse certo il risultato di un abito costoso, bensì frutto di comportamenti e atteggiamenti che la donna doveva adottare sia in pubblico che in privato, ritenendo l'eccesso di cattivo gusto, visto il momento particolarmente sofferente del paese, una sorta di "oltraggio" nei confronti della propria patria.

Ma le frivolezze in fatto di moda erano da abbandonare anche per altri motivi. Quale doveva essere il compito di una "brava" donna se non quello di assecondare le richieste del proprio marito? Il giudice principale doveva essere lui e non i grandi sarti parigini che proponevano fogge estrose che cambiavano continuamente da una stagione all'altra. Sempre Mag, quindi, invitava le lettrici ad apprezzare molto di più i consigli dei rispettivi mariti in quanto: "Un marito intelligente ha più interesse di un sarto a far fare bella figura alla moglie e ad impedirle di commettere qualche eresia estetica" (in "Lidel", n. 2-3, febbraio-marzo 1922, p. 23). Queste poche righe sembrano tratteggiare il modello di donna che il fascismo avrebbe in seguito ripreso e consolidato: il ruolo femminile doveva essere, sostanzialmente, quello di "angelo del focolare", le mansioni svolte dovevano riguardare unicamente l'accudimento dei propri figli e lo svolgimento delle faccende domestiche e, di conseguenza, anche l'abbigliamento doveva avere come unico scopo quello di appagare gli occhi del marito e non farlo sfigurare nelle occasioni mondane e pubbliche.

Tuttavia, rivolgendo uno sguardo più attento alla rivista, troviamo due diversi piani di lettura. Infatti, se le parole degli articoli suffragano la tesi appena esposta, a ben guardare alcune rubriche e l'inserimento di immagini contrastano profondamente con quanto sopra detto. Si prendano, ad esempio, le varie rubriche dedicate alla moda, le quali solitamente comparivano nelle pagine centrali del periodico. Non è inusuale trovare titoli come *Eleganze invernali*, *La moda a palazzo*, *La*

moda in villeggiatura, I cani e la moda, o ancora La moda a Deauville. Risulta evidente che si tratti di articoli che evocano un mondo esclusivo, quale era quello che frequentava il pubblico di "Lidel" che, come abbiamo già sottolineato, occupava i gradini più alti della gerarchia sociale, borghese e aristocratica. A queste donne piaceva essere ammirate per le *mise* fantasiose e all'ultimo grido, fabbricate all'interno dei più grandi atelier di moda, italiani e stranieri. Inoltre non è difficile trovare delle indicazioni circa gli stili che sarebbe stato più consono adottare in occasione di viaggi in località esclusive, presso stazioni balneari, termali e sciistiche, o durante eventi mondani come ricevimenti di gala, cerimonie del tè, balli, corse in automobile, passeggiate mattutine, conferenze dedicate alle più svariate attività artistiche, incontri di bridge o ritrovi all'interno dei salotti alla moda, in città come Parigi, Londra, Milano o Roma. A conferma che il pubblico della rivista, malgrado le difficoltà del momento storico, aveva abbondante tempo libero da dedicare a costose attività di svago, troviamo frasi di questo genere: "Ora vi è la tendenza a sfoggiare durante le vacanze un lusso ancora maggiore del consueto per avere l'aria, di fronte alla gente che non vi conosce, di appartenere a qualche gradino più alto della scala sociale" (Mag, *La moda in villeggiatura*, in "Lidel", n. 7, luglio 1924, p. 24). O ancora: "La linea degli abiti da sera può essere dritta e slanciata od evocare la maestosa crinolina" (in "Lidel", n. 1, gennaio 1922, p. 22). E infine:

*Le case sembrano divenute cieche, con le persiane chiuse sul mistero degli appartamenti abbandonati per i mesi estivi, e le portinaie si vendicano degli assenti scambiandosi, da un portone all'altro, le impressioni meno benevole sui loro inquilini che intanto godono il fresco al mare o ai monti. Ma lasciamo le portinaie e seguiamo coloro che dalle città sono fuggiti verso le belle spiagge di moda, dove siamo certi di ritrovare quell'atmosfera d'eleganza della quale non sappiamo più fare a meno (T.J. Clemenceau, *La moda a Deauville*, in "Lidel", n. 8, agosto 1927, p. 28).*

Questi testi erano supportati da immagini molto curate e dettagliate, sulle quali è opportuno soffermarsi, in quanto indicatrici anch'esse del messaggio, al di là delle intenzioni, che si voleva veicolare al lettore. I disegni, che nel corso degli anni avrebbero ceduto il passo alla fotografia, presente già in qualche occasione all'interno di "Lidel", non venivano utilizzati solo nei redazionali dedicati alla moda, ma anche, in gran numero, ad accompagnamento di quasi tutte le rubriche, specialmente in quelle che trattavano di temi quali l'eleganza o il buon gusto. L'illustrazione di moda, che era un genere molto utilizzato dalle riviste tra il finire dell'Ottocento e l'inizio del Novecento, era particolarmente curata nelle pagine di "Lidel", e non era più concepita come figurino posto in allegato al giornale, bensì diventava una sua parte costitutiva. La donna ritratta in queste illustrazioni era una figura esile, slanciata, aggraziata e abbigliata in un modo talmente sontuoso da richiamare più il gusto di fine Ottocento, che quello degli anni Venti. Gli abiti raffigurati non sono mai semplici e paiono essere destinati esclusivamente a grandi occasioni, mentre le ambientazioni all'interno delle quali si muovono le donne rappresentate sono sempre nobili e sontuose, secondo uno stile consolidato, che sarà superato solo quando si passerà a rappresentare "figure più delicate e

flessuose, con un genere di disegno che, mediante tratti rapidi e decisi, rende la linea e i dettagli significativi dell'abito, collocandolo spesso all'interno di un ambiente o di una situazione della vita quotidiana" (Carrarini 2003, 816).

Il modello femminile presentato da "Lidel" nelle illustrazioni era, ancora una volta, in contraddizione con i testi scritti, nei quali la fisicità della donna era considerata positivamente. L'articolo di Mag *La moda in villeggiatura* è emblematico. Nel commentare le fogge della nuova stagione, la giornalista nota con piacere come le ragazze mostrino corpi "sani": "Stanche di essere condannate da lunghi mesi alle privazioni per evitare il più lieve aumento di peso e stanche forse anche di sentirsi paragonate alle acciughe, cedono ora volentieri all'appetito e si lasciano ingrassare" (Mag, *La moda in villeggiatura*, in "Lidel", n. 7, luglio 1924, p. 24). Questo "avvenimento", scrive la cronista, produrrà qualche effetto anche sul mondo della moda: "È questo probabilmente il preavviso di una piccola rivoluzione nella moda che non può assistere indifferente alla metamorfosi delle donne magre in donne grasse".

In altri casi "Lidel" aveva biasimato una corporatura troppo magra e filiforme, poco salutare, ma anche poco adatta a "riempire" gli abiti. Ciononostante, le illustrazioni insistono sulle donne alte, molto magre, slanciate e assolutamente prive di forma, con abiti e accessori lussuosissimi e particolari – come pellicce, foulard di seta o borsette a forma di cane – descritte in modo particolareggiato, con uno stile molto lontano dalle altre riviste di moda, contenenti l'essenziale.

Altro tema assai ricorrente in "Lidel" è quello dell'amore per la propria patria, che viene enfatizzato nei modi più svariati. L'eleganza, l'arte, la letteratura o lo sport: ogni argomento è buono per richiamare la grandezza del popolo italiano. Vengono descritti con cura tutti i sacrifici che il nostro paese ha dovuto fare per potersi risollevare dai disastri bellici e tutte le cronache sottolineano quanto, malgrado la durezza del momento, gli italiani siano dotati di grande genialità e forza d'animo, caratteristiche, queste, che gli hanno consentito la ripresa nei settori dell'industria, della moda, del turismo, dello sport, tanto da poter competere con tutte le altre grandi nazioni. Emblematici, in tal senso, sono proprio alcuni articoli dedicati allo sport. Firma costante di queste rubriche è il giornalista che si firma con lo pseudonimo di Motor. Un suo articolo, *L'ora fervida dello sport*, esemplifica la tendenza diffusa dal periodico a non enfatizzare la crisi del momento, preferendo l'utilizzo di toni positivi. Il cronista prende in esame i giochi Olimpici, nei quali si misura l'abilità di atleti provenienti da Paesi diversi, rivolgendo diverse critiche nei confronti di questa manifestazione e dello sport in generale. In particolare, Motor osserva come i risultati sportivi vadano di pari passo con la capacità politica ed economica di un Paese: "I paesi più ricchi, insomma, sono quelli che nello sport mietono i più ricchi trofei, perché oggi lo sport è divenuto scienza, preparazione industriale e minuziosa, sacrificio enorme di tempo, di denaro, di iniziative" (Motor, *L'ora fervida dello sport*, in "Lidel", n. 7, luglio 1924, p. 38). Questo è l'unico motivo, ci riferisce Motor, per il quale nazioni come l'Inghilterra e l'America da sempre detengono il primato in questo particolare settore, in quanto sono dotate di tutte le strutture necessarie per allenare i giovani nelle varie

discipline. L'Italia, che nelle prime manifestazioni Olimpiche non ha brillato per prestazioni atletiche, vanta il primato in altre importanti manifestazioni sportive, come, ad esempio, la gara motonautica svoltasi, come ogni anno, a metà settembre sul lago Maggiore, nella quale le imbarcazioni italiane hanno primeggiato. Scrive, infatti, il giornalista:

Ed è bene perché l'improvvisazione e l'impreparazione che fin qui han segnato son più possibili in un paese come il nostro, dove l'industria degli scafi e dei motori ha rappresentanti genialissimi e dove il motoscafo sta raggiungendo, con lo sviluppo del piccolo e grande turismo sui laghi e sulle spiagge, una diffusione impensata (p. 40).

Con queste parole, Motor porta il lettore a riflettere sulla capacità dell'Italia a competere a livello mondiale in tutti i settori, tra cui appunto lo sport, e sul potenziale dell'industria italiana, utile anche per una migliore organizzazione degli eventi e delle manifestazioni sportive, le quali sono anche un veicolo del prestigio internazionale di una nazione. Gli stessi toni trionfalistici sono presenti anche in *Previsioni per il 1927*, redatto dallo stesso Motor.

I Grandi trionfi che l'industria motociclistica italiana ha riportati all'estero nella scorsa stagione sono stati rievocati e consacrati, si può dire, nella mostra della Permanente che per una settimana è stata la Mecca di tutti i motociclisti italiani. È facile, sulla scorta di questo recente glorioso passato, predire una nuova stagione gloriosa per i colori italiani. L'attenzione quasi preoccupata che gli stranieri, gli inglesi principalmente, hanno per tutto ciò che interessa la nostra partecipazione alle corse, è un indice della nostra forza e del nostro valore (Motor, *Previsioni per il 1927*, in "Lidel", n. 1, gennaio 1927, p. 55).

Con il consolidamento del fascismo in Italia, la rivista, per quanto non apertamente schierata, appare comunque allineata alle posizioni del regime. Abbiamo già parlato del sostegno dato da "Lidel" al rilancio della moda italiana e dell'industria nostrana in genere, temi che, pur mettendo in luce la creatività, il talento e la voglia di fare del popolo italiano erano, tuttavia, anche specchio del patriottismo esaltato del fascismo. Va comunque evidenziato anche l'impegno del periodico nel portare il mondo femminile all'attenzione pubblica dell'epoca. Un cambiamento di rotta importante avvenne nel 1927, quando a guidare il periodico subentrò Gino Valori. L'avvicendamento ai vertici di "Lidel" fu contemporaneo a un richiamo all'ideologia fascista sempre meno celato. Ed è così che, in più di un articolo, troviamo citati i vari enti creati dal fascismo o l'Opera del Dopolavoro, oppure si elogia la bravura del governo, che è stato in grado di rivitalizzare diversi settori italiani, come quello, appunto, dello sport. E' ancora il cronista sportivo Motor a evidenziare un allineamento alla retorica fascista sempre più marcato. In *Manovre e battaglie dello sport*, nel numero dell'agosto del 1927, alla vigilia delle Olimpiadi di Amsterdam, scrive:

In un anno, il tono dello sport italiano si è elevato, si è fatto più austero. Gli atleti e le macchine sono sempre gli stessi, si può dire; i mezzi offerti alle istituzioni sportive non sono

certo neppure oggi di proporzioni americane, ma è l'essenza, l'anima dello sport che sono mutate. Il regime gli ha dato insomma un grado, gli ha dato un posto rispettato e considerato nell'armonico quadro della vita nazionale, gli ha dato soprattutto la coscienza della sua nobile e indispensabile funzione sociale, e lo assiste, lo conforta della sua amorosa e vigile attenzione (Motor, Manovre e battaglie dello sport, in "Lidel", n. 8, agosto 1927, p. 55).

E ancora:

Quella meravigliosa istituzione che è il Dopolavoro, che settimanalmente guida a ristorarsi e a ritemperarsi tra le sublimi bellezze delle sue montagne e dei suoi laghi; ha dato un'ossatura organica al movimento sportivo degli studenti, non per farne una privilegiata organizzazione di classe, ma per cogliere il frutto migliore dello spirito di associazione e del desiderio di emulazione della nostra gioventù, come avviene nelle università inglesi e nei collegi d'America.

Viene dunque abbandonata la cautela politica mostrata dal giornale fino a quel momento per sposarne appieno i temi propagandistici. Malgrado il taglio incentrato sulla moda femminile, "Lidel" trattava uno spettro ampio di argomenti, dai più frivoli a quelli più importanti, comunque dedicati alla donna, imponendosi, in tal maniera, come una delle voci più importanti nel veicolare i dettami del fascismo verso i ceti medio alti dell'opinione pubblica femminile italiana.



Fig. 1. Copertina di "Lidel", Febbraio-Marzo 1922.



Fig. 2. Disegni di moda in "Lidel", 15 Agosto 1927.



Fig. 3. Articolo dedicato allo sport di "Lidel", 15 agosto 1927.

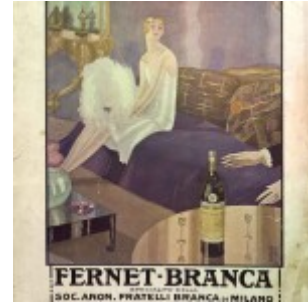


Fig. 4. Pubblicità in "Lidel", 15 agosto 1927.

