

Moda e ricerca d'eccellenza al femminile

Il dizionario spazio-cognitivo e interlinguistico dell'abbigliamento è uno strumento per la ricerca e il training

Nella infinita varietà creativa della vegetazione d'oggetti vestimentari della nostra vita quotidiana, un preciso modello di "natural language processing" è individuabile per dar conto di come la mente concettualizzi un abito o un accessorio. Alla base lo spazio corporeo, i cosiddetti "Sei lati del mondo" della lingua persiana (Raimondo Cardona, 1985) sembrano rappresentare una restrizione molto forte anche dal punto di vista funzionale e psicologico, tra le necessità di proteggersi, coprirsi per senso del pudore e di sedurre (Karl Flügel, "The psychology of clothes", 1930). Nelle differenti culture e lingue gli spazi si sono andati segmentando nelle maniere più varie e continuano a stratificarsi, deformarsi e colorarsi attraverso un'incessante elaborazione semantica e creativa. Per questo i simboli linguistici, delineatisi a dismisura soprattutto intorno all'uomo vitruviano, sono veri e propri tracciati di conoscenza e, al contempo, di invenzione. Un caso per tutti: l'abito con ma-

nica e poi in forma "di ala, ad arlotto, a cammeo, a campana, a coltellazzo, a gozzo, a manteghello, a tromba, a ventaglio, per allungarsi a dismisura su giornee, guarnacche, cotte e pallande, cioppe e sacchi" che, oltre a capovolgere il paradigma della toga romana (tegēre, "coprire"), ha modificato antropologicamente gesti e comportamenti. Anche per le strategie comunicative e di vendita sarebbe riduttivo, quindi, pensare alla ricerca sul nome vincente di marchi, prodotti o eventi solo in termini di pentaloghi e formulette da applicare in maniera automa-

tica: allitterazione sì/no, effetti onomatopeici non sempre, brevitas comunque. Nulla di tutto questo può essere davvero utile o efficace sul piano comunicativo, se non fondato su una avanzata ricerca linguistica.

Tra le più recenti e interessanti conferme, si trovano quelle relative alla possibilità di registrare i fenomeni evento correlati che si manifestano quando parliamo di abiti (o di altri oggetti e azioni), come per l'appunto si sta dimostrando in vari laboratori che mirano a mappare l'atlante della mente. Contrariamente

La copertina di un catalogo di vendita per corrispondenza della Unione Cooperativa di Milano



a quanto si potesse supporre in una visione cartesiana, le indagini stanno svelando che grafi e correlazioni possono essere molto diversificate. Le connessioni mutano per effetto di percezioni, sentimenti e ambienti diversi. Raccontano, dunque, la storia della nostra e di altre culture, più che mai a rischio estinzione oggi, per effetto della globalizzazione e della perdita del rapporto fra abito-territorio. Sembra appena avviato il grande lavoro di recupero e digitalizzazione che consentirà d'interfacciare documenti, archivi e materiali icono-verbali. I "repository" da soli non bastano, o peggio, stanno già rischiando di diventare immensi magazzini di memoria inaccessibili, all'interno dei quali è difficile a volte persino fare una ricerca mirata di vecchio tipo. Solo attraverso

browse...	IMAGE SCHEMA	select ▽	
LANGUAGE	BODYPART	PATH	CONTAINER/CONTAINMENT
select ▽			
LATIN	<i>ventrālis</i>	<i>subligācūlūm</i>	<i>rēdīmīcūlūm</i>
	'belt' < <i>ventrē</i> 'belly'	'panties' lit. under-tie-bottom	'band' < <i>rēdīmō</i> 'surround'
SPANISH	<i>puño</i>	<i>sobretodo</i>	<i>cubrecorsé</i>
	'cuff (of a sleeve)' lit. fist	'overcoat' lit. over-all	'wrap-over cardigan' lit. cover-girdle
ITALIAN	<i>cavigliera</i>	<i>sottoveste</i>	<i>coprispalé</i>
	'ankle bandage'	'underwear'	'wrap-over cardigan' lit. cover-shoulder
CALABRIAN	<i>aricchiali</i>	<i>sutta-cazuni</i>	<i>coppula</i>
	'earmuff'	'underpants'	'cap'

Una sezione dello Spatial Clothing Dictionary

cisa che il nuovo dizionario si prefigura come un potenziale prototipo da esportare in Europa, da utilizzare anche per un piano applicativo e di training, sulla grammatica della vestizione linguistica di abiti e accessori. Le nuove tecnologie aprono anche da questo punto di vista una visione multi prospettica diversa, configuran-

do inusitati itinerari di approfondimento utili anche per l'editoria.

Poco si sa, ancora, sulle modalità dei processi di apprendimento e memorizzazione in web, ma anche su questo il gruppo

FLaSDic intende approntare nuovi modelli di rilevamento e analisi. L'interazione linguistica cambia molto se si deve acquistare una borsa firmata su un catalogo di vendita per corrispondenza in cartaceo, on line o in tv. La chiave di volta, anche qui sarà la parola scritta, ascoltata, cantata, raffigurata e deformata all'interno del confine sempre più labile fra *designatum* e *disegnatum*. Alla base di questo nuovo approccio cognitivo si propongono anche alcuni corsi brevi di perfezionamento, come quello che, rivisitando l'abito dalle fonti alla comunicazione (<http://www2.almalaurea.it/cgi-asp/lau/postlaurea/dettaglioCorso.aspx?ID=61345&lang=it>), sarà svolto in "Giornalismo di moda" per stranieri e addetti ai lavori.