

«SEMPRE LA FOTOGRAFIA MI STUPISCE». DAVID BOWIE, TRA MITO E CULTURA VISUALE

Alessandra Olivares

La recente scomparsa dell'uomo che ha fatto dello stile e della musica rock una forma d'arte ha innescato un processo commemorativo che induce a ripercorrere la storia culturale, sociale, estetica, del costume, della moda e dell'arte contemporanea. Non si può, quindi, non riflettere sui meccanismi che hanno portato alla nascita di quello che nell'immaginario collettivo è riduttivo definire un'icona del rock moderno. «David Bowie è arrivato non solo a rappresentare le sue innovazioni, ma a simboleggiare il rock moderno come linguaggio nel quale parola, arte, moda, stile, esplorazione sessuale e critica sociale diventano una cosa sola»¹.

Numerosi testi, prestigiose riviste e importanti mostre dedicano spazio e rendono omaggio alle infinite, camaleontiche e fascinose visioni di questo artista che si è sempre nutrito di arte, moda, cinema, teatro e cultura influenzando e lasciando un segno indelebile in ognuno di questi ambiti. Definito non solo icona, ma anche idolo, leggenda, star e mito, tutti termini che, come ha evidenziato Wunenburger² presentano sottili interferenze tra loro, il suo eccezionale passaggio in questo mondo dimostra che a differenza di quanto sostenuto da alcuni che hanno parlato per l'epoca postmoderna di "demitizzazione" o "mito dell'assenza del mito"³, quest'ultimo è uno di quei fenomeni che occupano maggiormente l'esistenza umana anche nella contemporaneità. Piuttosto sembra più esatto affermare con Lévi-Strauss che «nel nostro sistema di pensiero, il mito è stato frantumato e al suo posto abbiamo tanti tentativi di spiegazioni irriducibili. In questo senso si può dire che la nostra società ha bisogno di miti perché ha sconvolto la nozione stessa di mito»⁴.

Certamente le relazioni sempre più strette tra arte, mass media e pubblicità hanno avuto un ruolo decisivo nella ristrutturazione del concetto di mito, ma non ne hanno sostanzialmente cambiato il significato di fondo. Anzi, la riproducibilità di massa delle immagini, al contrario di quanto preconizzava Walter Benjamin parlando della caduta dell'aura, sembra aver aumentato il loro magnetismo "sacro". Nell'epoca postmoderna i miti «continuano a diventare tali in forza

¹ Rolling Stone magazine, <http://www.davidbowie.com/bio>

² Jean-Jacques Wunenburger, *L'immaginario*, trad. Chiore V., Genova, Il melangolo, 2008.

³ Robert Jewette, John Shelton Laurence, *The American Monomyth*, New York, Doubleday, 1977, p. 250.

⁴ Guido Aristarco, *Il mito dell'attore, come l'industria della star produce il sex symbol*, Bari, Dedalo, 1983, p. 15.

proporzionale all'influsso dei mezzi che li impongono»⁵. David Bowie ha attraversato tutti i media possibili, proponendosi sempre diverso, eppure sempre così uguale a se stesso, se concordiamo con Oscar Wilde secondo cui «quando parla in prima persona, l'uomo non è completamente se stesso. Dategli una maschera e vi dirà la verità».

L'ultima imponente mostra dedicata a Bowie, *David Bowie is* organizzata dal V&A Museum di Londra nel 2013, che sta facendo letteralmente il giro del mondo e che è finalmente giunta anche in Italia al Mambo di Bologna, offre una panoramica molto ampia dell'impossibilità di circoscrivere il fenomeno David Bowie in un qualsiasi confine reale o virtuale immaginabile, avendo attraversato, influenzato e collegato tra loro molteplici ambiti della cultura contemporanea. Lo sconfinato archivio di Bowie, al quale il V&A Museum ha avuto accesso per la prima volta dimostra che egli crea un collegamento che unisce

Andy Warhol, Bertolt Brecht, William Blake, Charlie Chaplin, Antonin Artaud, Salvador Dali, Marlene Dietrich, Philip Glass, Nietzsche, Hollywood glamour, graphic design, platform shoes, film, music, Kurt Weill, Berlin, New York, London, Alexander McQueen, the 2012 London Olympics, Jim Henson, the moon landings, Kansai Yamamoto, Kate Moss e Marshall McLuhan⁶.

Se «*il mito è una parola* [...] può essere costituita da scritture o da rappresentazioni: il discorso scritto, ma anche la fotografia, il cinema, il reportage, lo sport, gli spettacoli, la pubblicità, possono servire da supporto alla parola mitica»⁷. Inoltre, se Eliot collega il mito esclusivamente alla sfera estetica considerandolo uno strumento utile per rendere accessibile all'arte il mondo moderno, è evidente che il mito ingloba sempre altri fenomeni, di costume, sociologici, psicologici ed economici, e per questo va preso in considerazione in tutte le sue componenti per essere compreso. Se accettiamo che il mito è parte integrante della storia e della cultura, allora fenomeni come l'artista David Bowie, ma anche tutto il mondo delle celebrità e dello star system e dei meccanismi di desiderio e immaginazione ad esso collegati, non rientreranno più in quella «frivolità dalla quale si distoglie lo sguardo grave del sociologo [...] (perché) la frivolità è anche quanto c'è di più profondo nell'uomo»⁸.

Se Jim Morrison «nella sua poesia *Una preghiera americana* [...]. Ci incita a “reinventarci gli dei, tutti i miti dei tempi”»⁹, David Bowie sembra aver imparato alla perfezione la lezione del poeta e

⁵ *Ibidem*.

⁶ Victoria Broackes, Geoffrey Marsh, *David Bowie is*, V&A, London 2013, p. 19 (trad. dell'autrice).

⁷ Roland Barthes, *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi, 1994, pp. 191-92.

⁸ Armando Guiducci, *Culto della star*, in G. Aristarco, *Il mito dell'attore cit.*, p. 26.

⁹ Lawrence Coupe, *Il mito. Teorie e storie*, Roma, Donzelli, 2005, p. 30.

cantante dei Doors. Innanzitutto per collocare il poliedrico artista londinese bisogna sottolineare l'errore concettuale alla base dell'idea che la postmodernità, con l'atteggiamento provocatorio e dissacrante delle avanguardie, abbia prodotto la sparizione del mito. Se, invece, pensiamo al «postmodernismo dell'immediatezza e della presenza», di cui parla Hans Bertens¹⁰ la cui espressione più efficace è la «performance art», troviamo lo spazio giusto per posizionare artisti come David Bowie, pioniere di molti degli aspetti più interessanti riscontrabili anche in altri performer pop contemporanei, tra cui Laurie Anderson, Madonna, Red Hot Chili Peppers o Lady Gaga, solo per citarne alcuni.

Se partiamo dal campo di pertinenza primario da cui questi artisti sviluppano la propria identità così come viene percepita nell'immaginario collettivo, e cioè la musica rock, possiamo concordare con Coupe quando afferma che «il rock'n'roll, con la sua musica amplificata e il suo appello universale, possiede per sua natura un potenziale mitico»¹¹. Ed è impossibile non pensare al circuito elettrico che secondo McLuhan «conferisce una dimensione mitica alle nostre comuni azioni individuali e di gruppo»¹². Se per McLuhan i media hanno permesso un ritorno alla multidimensionalità tipica dell'epoca pre-Gutenberg, non c'è artista pop che più di David Bowie ha fatto suo il mantra «Il medium è il messaggio».

David Bowie ha dimostrato e dichiarato in diverse interviste di essere consapevole dell'intreccio simbiotico da sempre esistente tra musica e visualità. Per questo è stato anche il regista di tutti gli aspetti visuali delle sue produzioni musicali, dal momento che per lui le arti visive hanno rappresentato un valido aiuto per scrivere canzoni.

Tra le molteplici influenze culturali che hanno contribuito a costruire la potente immagine di David Bowie vi è innanzitutto l'incontro con Lindsay Kemp, mimo, ballerino, attore e performer, definito dallo stesso Bowie «un Pierrot vivente. [...] (Un personaggio) tragico (nella cui vita) ogni cosa [...] era teatrale. Al punto che il palcoscenico per lui era solo un'estensione di se stesso»¹³. Fu proprio Kemp ad introdurre Bowie «nell'audace mondo del make-up, del camp e dell'ambiguità sessuale, ma forse più importante fu l'esperienza di vivere come una performance totale»¹⁴. David Bowie, dunque, da eccellente artista-performer ha da subito compreso l'importanza di saper recitare, ma anche il ruolo fondamentale delle luci, dei sets e del creare un legame con il pubblico attraverso la voce e l'espressione fisica, in cui giocano un ruolo fondamentale il make-up e gli abiti.

¹⁰ Hans Bertens, *The idea of the Postmodern: a History*, London, Routledge, 1995, p. 74.

¹¹ Lawrence Coupe, *Il mito* cit., p. 32.

¹² Marshall McLuhan, *Il medium è il messaggio*, Milano, Feltrinelli, 1967, p. 114.

¹³ Victoria Broackes, Geoffrey Marsh, *David Bowie is* cit., p. 38 (trad. dell'autrice).

¹⁴ *Ibidem*.

Senza i media visivi - cinema, video e fotografia – l'icona David Bowie difficilmente sarebbe diventata tale nell'immaginario collettivo, nonostante la sua immagine costruita si sia sempre mossa tra ambizione artistica e scopi commerciali. E anche questo aspetto rientra perfettamente nel clima postmoderno caratterizzato dall'abbattimento dei confini tra i diversi ambiti. Il forte legame formatosi tra arte e società unito allo sviluppo dei nuovi media ha portato, come intuito precocemente da John Dewey¹⁵, ad una profonda trasformazione dello statuto dell'arte in esperienza dell'arte. La prospettiva pragmatista ha teso ad annullare la differenza tra arte d'élite e arte di massa, riconoscendo il valore culturale di tutte le «produzioni a metà strada tra l'industriale e l'artistico: [...] del design, del cinema, della moda, della pubblicità, fenomeni di massa in cui l'oggetto industriale è impensabile senza una connotazione estetica come veicolo della sua stessa comunicabilità, commercializzazione e diffusione»¹⁶.

David Bowie è, quindi, un sofisticatissimo “prodotto” della cultura postmoderna che si presta ad un approccio multidisciplinare. Storia della musica, del cinema o del più recente videoclip, del costume, della moda, dell'arte, fino all'ambito sociologico e filosofico legato all'espressione dell'identità di genere, da qualunque punto di vista si voglia guardare la storia del cantante londinese ci sarebbe tantissimo materiale da analizzare.

Ma David Bowie è anche un pezzo di storia della fotografia contemporanea, la sua immagine costruita come una maschera perfetta, a ben guardare, proprio attraverso la fotografia cristallizza e rivela la passione e l'energia, autentiche al di là dell'artificio, con cui interpretava ogni personaggio. Nella rivelazione dell'autenticità di un uomo che pirandellianamente è stato *Uno, nessuno e centomila*, possiamo affermare con Barthes che «la fotografia sempre *mi stupisce*»¹⁷.

«*David Bowie is photographic*»

Nicholas Coleridge¹⁸ afferma che David Bowie è probabilmente la rock star che ha collaborato con il maggior numero di fotografi contemporanei, dimostrando un certo istinto nella scelta dei professionisti cui affidare la propria immagine da veicolare attraverso le copertine degli album e i servizi pubblicitari. «Brian Ward, Bruce Weber, Brian Duffy, Masayoshi Sukita, Lord Snowdon,

¹⁵ John Dewey, *Arte come esperienza*, Palermo, Aesthetica, 2007.

¹⁶ Gaetano Chiurazzi, *Il postmoderno*, Milano, Mondadori, 2002, p. 21.

¹⁷ Roland Barthes, *La camera chiara: nota sulla fotografia*, Torino, Einaudi, 1980, p.83.

¹⁸ Nicholas Coleridge, *David Bowie is photographic*, in Victoria Broackes, Geoffrey Marsh, *David Bowie is* cit. p. 301 (trad. dell'autrice).

Frank Ockenfels, Anton Corbijn (e non si può dimenticare Mick Rock): tutti hanno giocato un ruolo nell'amplificare, perfezionare e a volte persino definire l'immagine di Bowie»¹⁹.

In un periodo antecedente la diffusione dei videoclip a partire dagli anni Ottanta con la nascita delle televisioni tematiche come MTV, le immagini delle copertine degli album hanno svolto un ruolo cruciale per la diffusione di identità iconiche. Nel caso di David Bowie non si può trascurare la sua straordinaria fotogenia, «necessaria a far nascere dei valori espressivi che a volte non si trovano nella mera contemplazione del modello»²⁰. La fotografia, per la sua capacità selettiva può essere considerata un aspetto della fotogenia, termine che dal suo preciso significato chimico-fisico, con il tempo ha subito «una brusca traslazione semantica verso il campo dell'estetica»²¹. Con l'avvento dei mass media, infatti, il concetto di fotogenia inizia a designare un nuovo tipo di bellezza, intesa come parte integrante della costruzione mediatica del personaggio. Nella sua capacità di reinventarsi costantemente, Bowie ha incarnato una bellezza androgina e visionaria in numerose versioni glamour che negli anni Settanta appariva in contrasto con lo spirito «naturalista» dei figli dei fiori.

Le fotografie di David Bowie sembrano riscrivere per immagini la teoria di genere come performance, che ha visto in Erving Goffman uno dei sociologi più influenti in questo senso. Se il teatro, come ha insegnato Shakespeare, può essere considerato una metafora della vita e quindi recitare un ruolo è parte integrante dell'identità, David Bowie è uno di quegli artisti che ha saputo fondere arte e vita in un modo eccezionale recuperando il mito dell'androginità come «il principio guida della Nuova Era»²².

Come ha puntualmente evidenziato June Singer, l'androginità non è una soluzione temporanea ai problemi contemporanei, ma è un archetipo che già nella terminologia si presenta come l'Uno che contiene i Due: ossia il maschio (*andro-*) e la femmina (*ginia*). Sono proprio gli archetipi a creare immagini in tutte le culture, nei miti e nei media. Tuttavia l'androgino proprio in epoca contemporanea è stato spesso associato a fenomeni degenerativi, perché minaccia da una parte molti presupposti relativi all'essere uomo o donna, e dall'altra l'ordine sociale costruito su una presunta superiorità maschile. Il movimento femminista, mettendo in discussione i valori della società patriarcale, ha aperto la strada alla consapevolezza androgina come un modo per collegare le qualità del maschile e del femminile. In questo senso l'androginità fa parte della struttura psichica dell'individuo, nasce nella coscienza personale dal rifiuto dei valori di una società troppo dedita al

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ Roman Gubern, *Immagine e messaggio nella cultura di massa*, Napoli, Liguori, 1992, p. 40.

²¹ *Ivi*, p. 144.

²² June Singer, *Androginità*, Milano, La Salamandra, 1984, p. 10.

razionalismo, al trionfo della tecnologia e alla competizione sfrenata. L'androgino postmoderno non è in confusione con la sua identità sessuale, ma ha solo scoperto «la chiave che può aprire la prigione del sesso e del genere – una chiave a disposizione di tutti coloro che hanno il coraggio e l'immaginazione per farlo»²³.

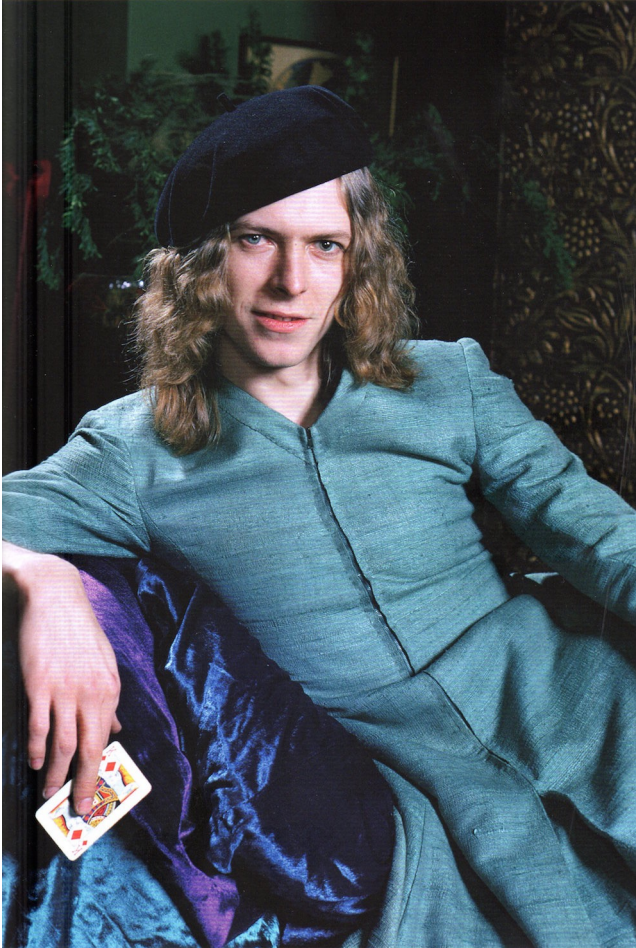


Fig. 1, *The Man who sold the World*, (retro) Aprile 1971, Mercury (UK).

Una delle prime immagini rappresentative della sovversione di genere di cui Bowie è icona indiscutibile è la copertina del terzo LP realizzato dal cantante dal titolo *The Man Who Sold the World* del 1971 (fig. 1). L'identità è costruita attraverso gli abiti e gli stivali femminili, i capelli lunghi, la posa e lo sguardo languidi e ammiccanti. Ogni cosa concorre a ricordare alcune rappresentazioni dell'*Orlando*, personaggio attraverso il quale Virginia Woolf già nel 1928, «scherza sulla duplice sessualità di una persona reale, [...] le cui fotografie, tanto in versione maschile che in versione femminile, vengono addirittura pubblicate»²⁴. L'opera di Woolf anticipa le teorie delle femministe postmoderne che tendono a destabilizzare i rigidi codici binari che separano il maschile dal femminile e l'idea dominante che la sessualità debba coincidere

con l'identità. *L'Orlando* giocando con l'identità decostruisce l'ordine sessuale costruito socialmente e sottolinea in modo inequivocabile l'implicazione degli abiti nella costruzione identitaria. Dal momento che con il passare del tempo l'immagine di Orlando cambia proprio a causa degli indumenti femminili che indossa, è evidente che sono essi a forgiare l'identità, perché come sostiene la stessa Virginia Woolf gli «abiti cambiano la nostra visione del mondo, e la visione che il mondo ha di noi»²⁵.

²³ Ivi, p. 33.

²⁴ Laura Guidi, Annamaria Lamarra, *Travestimenti e metamorfosi. Percorsi dell'identità di genere tra epoche e culture*, Napoli, Filema, 2003, p. 140.

²⁵ Ivi, p. 142.



Fig. 2, Brian Ward, David Bowie, sessione fotografica per l'album *Hunky Dory*, 1971.

evocazione del glamour di Hollywood, che non era ancora preso sul serio nei nascenti *film studies*»²⁶. Sul retro della copertina, David Bowie è ritratto in piedi con lo sguardo triste e

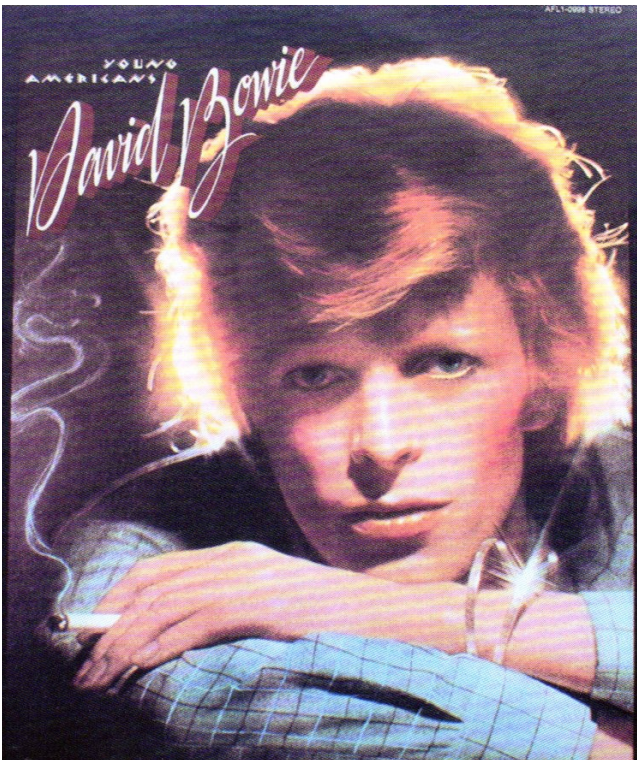


Fig. 3, Fotografia per la copertina di *Young Americans*, 1971.

Un altro fascinosa ritratto di ambiguità sessuale fu realizzato sempre nel 1971 per l'album *Hunky Dory* (fig. 2). In questo caso Bowie evoca il glamour e le pose delle star hollywoodiane degli anni Trenta. In particolare con il suo aspetto femminile, il gesto come se stesse sistemando i capelli biondi con entrambe le mani e lo sguardo rivolto in alto, riunisce le caratteristiche di due fotografie di Greta Garbo, anche lei icona dal fascino androgino e ambiguo, realizzate da Edward Steichen nel 1928. La copertina di *Hunky Dory* fu considerata scioccante «non solo per il coraggioso gioco di genere ma per la sua

misterioso, i capelli lunghi sino alle spalle e indossa una camicia con pantaloni ampi. L'immagine ricorda una fotografia di Katharine Hepburn sul set del film *Philadelphia Story* del 1939.

Un'altra *cover* che richiama lo stile dei ritratti glamour hollywoodiani è quella dell'album *Young Americans* del 1975 (fig. 3). Bowie guarda dritto l'obiettivo, ha i capelli corti, ma fluenti illuminati da dietro, i braccialetti d'argento luccicante abbinati ad una camicia maschile a quadri, un leggero lucidalabbra e le mani con le unghie lunghe e molto curate. La spirale formata dal fumo della sigaretta è un altro elemento tipico dell'estetica

²⁶ Victoria Broackes, Geoffrey Marsh, *David Bowie is* cit., p. 70 (trad. dell'autrice).

hollywoodiana. Un mix di diversi elementi contribuiscono a formare un'identità fluttuante, eppure in perfetto equilibrio tra un genere e l'altro. Lo stesso equilibrio espresso dalla bellezza androgina maschile è stato catturato nei numerosi ritratti del carismatico Laurence D'Arabia, protagonista dell'omonimo film del 1962, realizzati da Peter O'Toole.

Questi pochi esempi mostrano la profonda conoscenza di Bowie della cultura visuale e la consapevolezza dell'impatto che i nuovi media hanno avuto sull'immaginario collettivo e sulla costruzione di quei miti che ha dimostrato di conoscere e saper interpretare reinventandoli continuamente, fino a diventare uno di essi.

«Mick mi vede come mi vedo io»

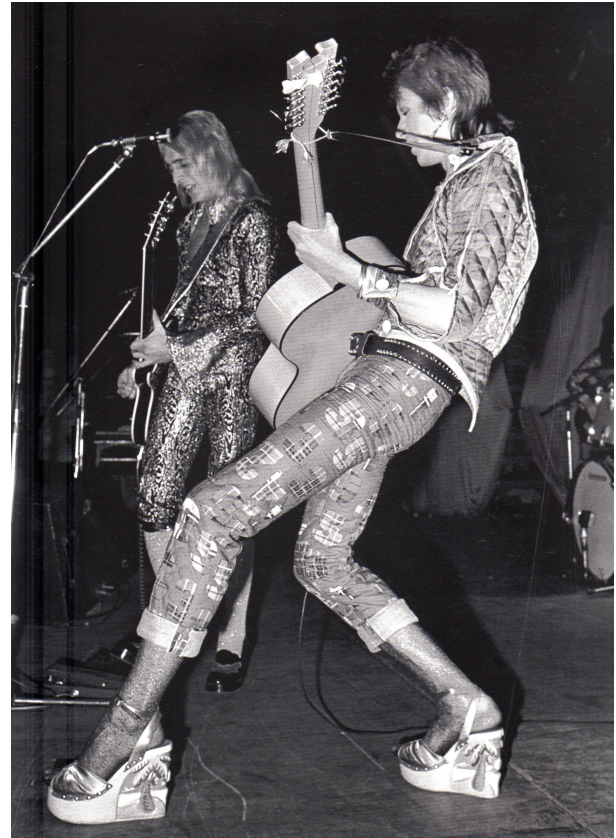
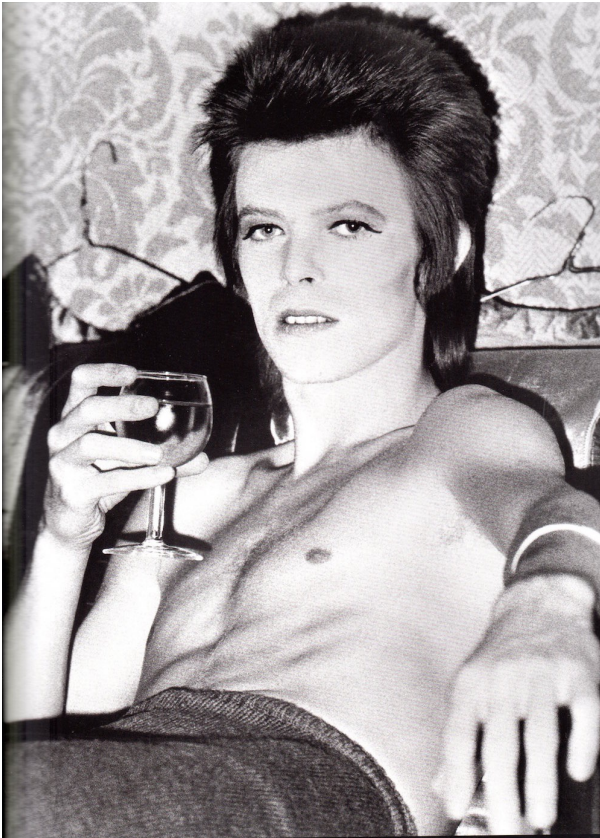
Quando si creano legami creativi molto forti tra il fotografo e il soggetto rappresentato, le immagini scattate sono destinate a scrivere un pezzo della storia della fotografia contemporanea. Nonostante David Bowie sia stato fotografato da numerosi artisti, con alcuni di essi si è creata una relazione simbiotica che nelle influenze reciproche ha prodotto risultati di straordinario impatto visivo e mitopoietico. È il caso della collaborazione del cantante inglese con il fotografo delle rock star Mick Rock, considerato «l'uomo che ha fotografato gli anni Settanta».

Mick Rock è stato uno di quei fotografi che ha saputo sfruttare la fortuna di essere presente nel suo tempo producendo visionarie e iconiche immagini, come quelle scattate a David Bowie, di cui è stato fotografo ufficiale tra il 1972 e il 1973, e che ha dichiarato «Mick mi vede come mi vedo io»²⁷. Queste fotografie restano memorabili per la forte identificazione tra fotografo e “modello” e perché, come lo stesso Rock ha dichiarato ciò che gli interessava era celebrare le persone, non la pubblicazione delle immagini.

Mick Rock decise di incontrare uno sconosciuto Bowie dopo aver visto il promo dell'album *Hunky Dory*. E così si recò nel backstage di un suo concerto a Birmingham, dove gli scattò la prima di una lunga serie di indimenticabili fotografie. In particolare Rock ha documentato la nascita di *Ziggy Stardust* (figg. 4-5), la rockstar extraterrestre creata da Bowie. Si tratta del suo alter-ego più noto, attraverso il quale il cantante ha raggiunto l'apoteosi dell'equilibrata e incantevole rappresentazione dell'androginità come icona di vita, innescando un'esplosione *glam* nel rock a livello mondiale.

Il *glam rock*, di cui David Bowie, insieme ad Elton John, è stato pioniere e leader indiscusso, è un genere musicale in cui gli scambi tra moda e musica, da sempre esistenti, esplodono sul

²⁷ David Chiu, *Scattando Ziggy: Mick Rock racconta le sue fotografie a David Bowie*, <http://www.rollingstone.it/musica/interviste-musica/scattando-stardust-mick-rock-fotografie-david-bowie/2015-09-12/> consultato il 28/06/2016.



Figg. 4-5, Da sinistra: David Bowie durante *Ziggy Stardust* tour, Chicago 1972; David Bowie e Mick Ronson sul palco durante *Ziggy Stardust* tour, New York 1972/73. Fotografie di Mick Rock.

palcoscenico con make-up sgargianti, tessuti luccicanti, paillettes, abiti ispirati alla Pop Art e scarpe-scultura. Il look delle star diventa spunto e fonte di ispirazione per i designers e i creatori di immagine e per la diffusione di uno stile. «Le trasformazioni di David Bowie, [...], influenzarono il trucco e le acconciature di moda. Egli impose un glamour ieratico, con i costumi disegnati da Kansai Yamamoto e ispirati al teatro kabuki, gli effeminati boa anni Trenta e gli stivali con alta zeppa colorata»²⁸.

David Bowie era molto affascinato dalla cultura orientale, considerata “aliena” in Occidente dove non è stata mai compresa profondamente e per questo spesso denigrata attraverso caricature che dimostrano la chiusura della nostra società nei confronti di una attraente e misteriosa cultura *altra*. Bowie, invece, portando il kabuki sulla scena internazionale ha nobilitato la cultura asiatica, evidenziando punti di contatto, almeno concettuali, tra il tradizionale teatro giapponese e gli spettacoli rock. Nonostante l'apparente contraddizione tra le due forme di rappresentazione, come ha sottolineato lo stesso Bowie, la forma di spettacolo che più assomiglia al kabuki è proprio il rock. Infatti, «come accade per la scaletta di un concerto rock, gli attori kabuki considerano la

²⁸ *Enciclopedia della moda*, Roma, Istituto della Enciclopedia italiana, 2005, p. 496.

sceneggiatura essenzialmente come uno strumento per la loro performance»²⁹. Certamente l'uso di uno stile kabuki nelle performance rock è stata un'innovazione, come lo è stata anche la fusione di due culture estetiche differenti, in cui troviamo un mix del glamour degli anni Cinquanta, fantascienza e abiti in stile kabuki rappresentativi di significati culturali e sociali estranei alla nostra cultura occidentale. Negli anni Settanta l'appropriazione di Bowie del teatro kabuki appariva inquietante e affascinante allo stesso tempo, ma per il cantante che ha sempre avuto una disciplina incredibile, come ricorda Rock, e che ha sempre partecipato a tutti gli aspetti visuali delle sue produzioni musicali questa scelta certamente non è stata casuale. Nell'immaginare il personaggio Ziggy, non sarà sfuggita al performer la natura androgina del teatro kabuki, nel quale tutti i ruoli, maschili e femminili, sono interpretati dagli uomini. David Bowie ha innalzato alla massima potenza questa fusione *dei due nell'uno* raggiungendo risultati ineguagliabili.

Ziggy Stardust per la forza della sua immagine è stato spesso identificato con David, al punto che per molti Bowie è Ziggy. Questa surreale figura incarna un essere umano alieno, il cui genere appartiene ad un'altra dimensione spazio-temporale. La fusione con la cultura asiatica lo rende «uno strano amalgama del guerriero samurai e del kabuki *onnagata*»³⁰, che ricorda Marlene Dietrich nei suoi primi film in cui interpretava una cantante di cabaret con il suo boa, accessorio in seguito utilizzato anche dall'amico e mentore di Bowie Lindsay Kemp.

Il look di Ziggy è incentrato su un nuovo taglio di capelli che Bowie chiese di realizzare alla parrucchiera Suzi Fussey dopo aver selezionato dalle riviste di moda alcune fotografie, tra cui anche quelle scattate per "Vogue Paris" da Alex Chatelain ad alcune giovani modelle con i capelli corti tinti di un rosso intenso e i disegni del designer Kansai Yamamoto pubblicati su "British Vogue" e "Harpers & Queen". Il risultato fu un'acconciatura che ricordava le parrucche del teatro kabuki come mostrate nelle immagini di Yamamoto, che in seguito Bowie decise di tingere del rosso intenso visto nelle fotografie di Chatelain. Questo nuovo taglio di capelli aveva la funzione di rendere Bowie-Ziggy immediatamente riconoscibile. Infatti se tra il 1972 e il 1973 i costumi di Ziggy cambiavano continuamente, l'acconciatura rimase sempre uguale. Con gli abiti di Freddie Burretti prima, e Kansai Yamamoto poi, il trucco del grande make-up-artist Pierre Laroche, i riferimenti alla Pop Art di Warhol, al glamour hollywoodiano, al cinema, alla cultura giapponese, le audaci allusioni al mondo gay nei titoli delle canzoni e l'incredibile e camaleontica abilità performativa di David Bowie era nata l'icona destinata ad influenzare ogni ambito della cultura e magistralmente documentata dall'obiettivo di Mick Rock.

²⁹ Mick Rock, David Bowie, *Moonage Daydream. La vita e i tempi di Ziggy Stardust*, Milano, Rizzoli, 2005, p. 80.

³⁰ Victoria Broackes, Geoffrey Marsh, *David Bowie is* cit., p. 72 (trad. dell'autrice).

Se la copertina dell'album *Ziggy Stardust* fu realizzata da Brian Ward, tutte le immagini che documentano le tappe del tour della rock star sono state scattate da Mick Rock, il quale ha dichiarato: «all'epoca non avevo idea di come si fotografasse un concerto dal vivo [...]. Fu in realtà attraverso David che imparai a fare fotografie dal vivo: potevo vederlo sera dopo sera e ricavarne sempre l'ispirazione per scattare belle fotografie»³¹. Una delle immagine che documenta molto bene i risultati di questo sodalizio appassionato tra due artisti intuitivi e visionari, è quella in cui Bowie indossa una camicia-kimono corta di seta bianca e degli stivali alti (fig. 6). Nella sua bellezza audace e accecante Bowie sembra una cacciatrice Amazzone, un'altra figura dalla sessualità ambigua. Certamente «l'Amazzone non è l'androgino, anche se può servire come preforma dell'androgino»³². La mitologia greca è ricca di donne-Amazzoni che dimostrano una forte ostilità nei confronti degli uomini e allo stesso tempo infrangono lo stereotipo del femminile proclamandosi auto-sufficienti. Come ricorda June Singer, le arciere che si sono bruciate un seno per dare spazio all'arco, raccontano della rinuncia della donna ad una componente femminile per adottarne una maschile.



Fig. 6, Mick Rock, *David Bowie sul palco* durante il tour di *Alladin Sane*, 1973.

adottarne una maschile.

«Determinata, aggressiva, terribile e parziale com'è, l'Amazzone tuttavia apre la strada lungo la quale comparirà la donna di natura androgina. Se l'Amazzone non avesse mai infranto lo stereotipo del "femminino", la donna indipendente autostimantesi non avrebbe mai trovato il coraggio di far sentire la sua voce»³³. E infatti Ziggy-Amazzone ricorda ancora una volta un'altra icona del cinema hollywoodiano simbolo di una sessualità non stereotipata. Katharine Hepburn che durante la sua infanzia decise di tagliare i capelli e di farsi chiamare "Jimmy", nel 1932 interpretò una guerriera Amazzone a Broadway in *The Warrior's Husband*, mostrando un temperamento audace e provocatorio a quei tempi.

³¹ Mick Rock, David Bowie, *Moonage Daydream* cit., p. 17.

³² June Singer, *Androginia* cit., p. 59.

³³ Ivi, p. 60.

Nel corto circuito infinito di rimandi, citazioni e ispirazioni che ha coinvolto tutti gli ambiti della cultura visuale e mediale, come è evidente la moda ha assunto un ruolo di primo piano nella costruzione dell'identità iconica di Bowie. Se Judith Butler ha sempre sostenuto che «il genere sessuale è una *performance* ottenuta attraverso la ripetuta messa in scena di stili»³⁴, in cui gli abiti, il make-up, gli accessori, i gesti, le pose e i movimenti del corpo concorrono a definire diverse possibilità di genere, David Bowie ha saputo sfruttare benissimo il potenziale performativo che da sempre la moda offre. Prima di affidare la sua immagine a grandi designers e make-up artist, Bowie, che avrebbe voluto diventare un pittore, si truccava da solo e disegnava personalmente gli abiti per le sue performance. Anche quando poteva poi permettersi gli abiti dei maggiori fashion designers, ha spesso preso parte al processo creativo collaborando con essi, come ha fatto con Freddie Burretti e Alexander McQueen.

L'ammirazione per le creazioni del designer giapponese Kansai Yamamoto rientra nella passione di Bowie per la cultura asiatica, ma rispecchia anche la sua peculiare identità di genere. Yamamoto ha disegnato i costumi di scena di Bowie nel periodo di *Ziggy Stardust* e del cantante ha affermato: «egli ha una faccia insolita ... Egli è né uomo né donna ... [...] è adatto a me come designer perché la maggior parte dei miei abiti sono per entrambi i sessi»³⁵.

L'immagine di Bowie è stata influenzata anche dalla vicinanza della moglie Angela, che era continuamente alla ricerca di nuovi abiti e stili per il marito, e con la quale, avendo la stessa taglia spesso si scambiava gli abiti. Angela e David hanno creato un'immagine molto forte che è rimasta tale anche dopo il divorzio e sono stati spesso citati dal mondo della moda. Nel 2001, ad esempio, Steven Meisel ha realizzato una fotografia per l'edizione americana di "Vogue", in cui le modelle Hannelore Knuts e Diana Meszaros sono vestite l'una come Angie, in un cappotto lungo di pelle di serpente, e l'altra come David in abiti molto colorati e sgargianti in stile *glam-rock* (fig. 7). Nel 2011 Benjamin A. Huseby ha realizzato per "i-D magazine" una storia ispirata alla coppia Bowie, con James Jeannette Main nei panni di David sdraiato languidamente sul divano e una biondissima Angie interpretata da Britt Maren (fig. 8).

Emmanuelle Alt, caporedattore di "Vogue Paris" ha sempre riconosciuto l'importanza della musica rock nel suo lavoro di stylist e durante il suo mandato come direttore della rivista ha posto l'accento su immagini ispirate dalla musica rock come quella che ritrae Kate Moss in copertina nei panni di *Ziggy Stardust* in una fotografia di Mert Alas e Marcus Pigott. Sempre Kate Moss, in una

³⁴ Nadia Maria Filippini, Tiziana Plebani, Anna Scattigno (a cura di), *Corpi e storie. Donne e uomini dal mondo antico all'età contemporanea*, Roma, Viella, 2002, p. 418.

³⁵ Victoria Broackes, Geoffery Marsh, *David Bowie is cit.*, p. 240 (trad. dell'autrice).



Figg. 7-8, da sinistra: Steven Meisel, “Vogue America”, 2001; Benjamin A. Huseby, “i-D magazine”, 2011.

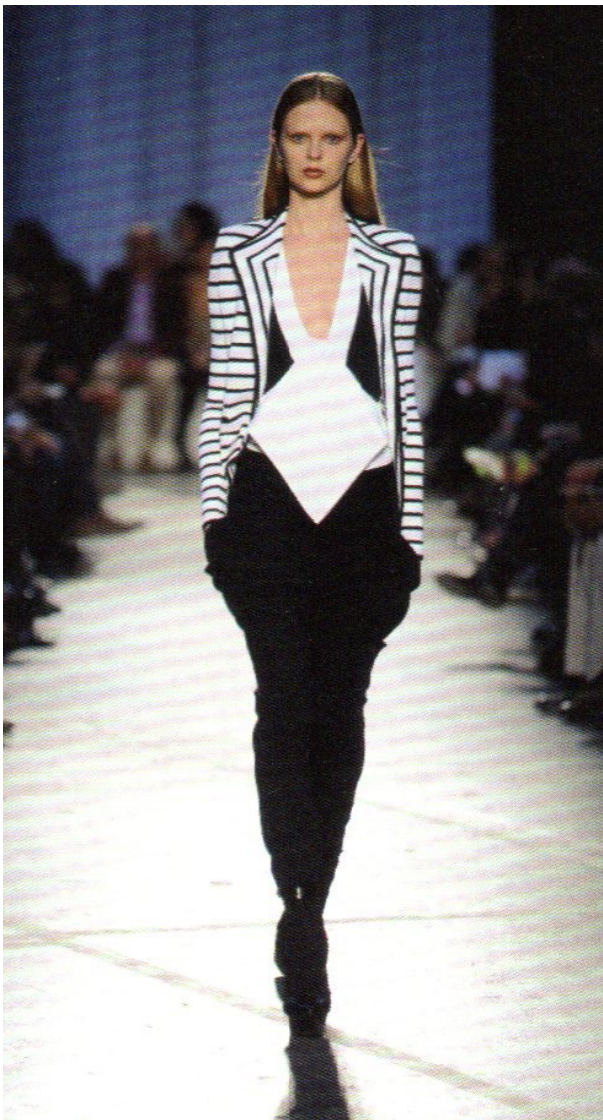


Figg. 9-10, da sinistra: Nick Knight, Kate Moss per “British Vogue”, 2003; Mick Rock, David Bowie fotografia dal set di *Still of Mars?*, 1973.



foto di Nick Knight per “British Vogue” del 2003, veste gli abiti indossati da Bowie nel video promozionale di *Life on Mars* realizzato da Mick Rock (fig. 9). In quell’occasione Bowie indossava un nuovo abito azzurro di Freddie Buretti e un bellissimo make-up di Pierre Laroche che, seppure abbastanza semplici, lo rendevano estremamente sofisticato (fig. 10).

Un altro pezzo del guardaroba di Bowie è stato fonte di ispirazione per la collezione S/S 2012 di Givenchy (fig. 11). Si tratta di una giacca, disegnata sempre da Buretti, in tessuto a strisce bianche e nere con un filo metallico tagliata in modo che le strisce seguono la forma dell’ampio collo. Indossata da Bowie durante un viaggio per il tour di Ziggy, la giacca è stata immortalata in una serie di fotografie scattate da Rock (fig. 12). E pensare che nel 1973 una fotografia di Ziggy con Twiggy, realizzata per la copertina dell’album *Pin Ups* (fig. 13), che li ritrae come due alieni dalla razza e dal genere incerti, fu respinta da Vogue perché Twiggy non era più di moda, ma soprattutto perché «quelli inorridirono all’idea di mettere un uomo in copertina»³⁶. Oggi il mondo della moda guarda a



Figg. 11-12, da sinistra: Giacca a strisce bianche e nere di Givenchy, S/S 2012; Mick Rock, David Bowie durante il tour di *Ziggy Stardust*, 1973.

³⁶ Mick Rock, David Bowie, *David Bowie is* cit., p. 289.



Fig. 13, Mick Rock, David Bowie e Twiggy per la copertina dell'album *Pin Ups*, 1973.

Bowie come un'icona e considera la sua ambivalenza sessuale un affascinoso gioco identitario. La storica della moda Cally Blackman ha sottolineato che David è «molto bello, molto ambivalente da risultare attraente per entrambi i generi, molto elegante e ha sempre dimostrato di avere un gusto ponderato in ogni cosa che fa»³⁷. Nel suo visionario progetto di androginità il cantante londinese ha saputo innescare una straordinaria e proficua relazione con tutti gli ambiti della visualità, per questo «il mondo della moda continuamente trova in Bowie e nella sua immagine pubblica il punto in cui stile, metamorfosi,

performance e presentazione convergono»³⁸.

La fotografia ha completato la costruzione mitica dell'identità, perché come sostiene Barthes, ha «accelerato e ampliato gli elementi di quello “stadio dello specchio” che, secondo le teorie sulla soggettività di Jacques Lacan, costituisce l'esperienza centrale di formazione identitaria»³⁹. Il medium fotografico è dunque lo strumento che ha consolidato la consapevolezza di Bowie di possedere un'intelligenza e una creatività «superiori alla media di ragazzi che non temono il lato “femminile” della loro natura»⁴⁰.

E con il suo approccio unico ai media visivi è diventato un profeta dei nostri tempi, fonte di ispirazione per altri, anche se lui stesso è stato influenzato da numerosi soggetti della storia culturale creando «da essi qualcosa di completamente nuovo»⁴¹. David Bowie, come il “buon poeta” di cui parla Eliot, è stato in grado di trasformare i suoi modelli di riferimento in qualcosa di migliore, consono allo spirito del tempo che ha vissuto. E questo perché, come ha sostenuto Peter Munz, tutti i miti hanno un passato e un futuro, «presuppongono un racconto precedente, e a loro volta costituiscono il modello per i racconti futuri. [...] Cosicché i miti ricreano altri miti, e non c'è ragione per cui non continuino a farlo, essendo infinito l'impulso mitopoietico»⁴².

³⁷ Victoria Broackes, Geoffrey Marsh, *David Bowie is* cit., p. 250.

³⁸ Ivi, p. 258.

³⁹ Nadia Maria Filippini, Tiziana Plebani, Anna Scattigno, *Corpi e storia* cit., p. 419.

⁴⁰ Emanuela Abbatecola et al., *Identità senza confini. Soggettività di genere e identità tra natura e cultura*, Franco Angeli, Milano 2008, p. 44.

⁴¹ Victoria Broackes, Geoffrey Marsh, *David Bowie is* cit., p. 141, (trad. dell'autrice).

⁴² Lawrence Coupe, *Il mito* cit., p. 80.