DOPPIOZERO

Valentino o della bellezza

Bianca Terracciano

21 Gennaio 2026

La concezione della moda di Valentino ruota attorno alla bellezza, intesa tanto in chiave organica quanto inorganica. Emerge con prepotenza in apertura del film-documentario *Valentino: The Last Emperor* (Matt Tyrnauer, 2008), quando il couturier sostiene che per lui hanno uguale valore una bella donna, un bel cane, un bel mobile. La propensione per il genere femminile è evidente: Valentino sceglie di non occuparsi mai delle collezioni maschili, perché trova il corpo femminile più appagante da vestire e, soprattutto, si preoccupa che le donne possano realmente indossare i suoi abiti. Non ama quella Moda che affolla il corpo confondendone le forme; la sua visione dell'eleganza è classica, lineare, e proprio per questo viene spesso accusato dalla stampa e dal mercato di essere anacronistico, cioè fuori sincrono rispetto alla velocità del sistema.

La classicità la incarna anche nel suo stile personale. È raro vederlo senza giacca, che negli anni Sessanta abbina al dolcevita, mentre, nei decenni successivi, più spesso a camicia e cravatta, in genere in forma di completo, oppure, in occasioni casual, a jeans e immancabili mocassini artigianali. Due tratti ricorrenti completano il suo stile: l'abbronzatura e la messa in piega, su cui una giornalista invitata sul suo yacht racconta che, tra un'immersione in mare e l'altra, si sentiva regolarmente il suono dell'asciugacapelli, chiamato a rimettere ordine ai capelli.

Valentino occupa un posto preminente nella cultura globale *tout court*. È infatti l'unico couturier, oltre a Yves Saint Laurent, ad aver ricevuto – senza committenza – un ritratto di Andy Warhol, suo grande amico, con cui pranzava regolarmente la domenica alla Factory durante i suoi soggiorni newyorkesi. Il legame emerge anche in una duplice intervista a Valentino e Warhol pubblicata su *Amica* nel 1982, dove i due parlano liberamente di vari temi. In chiusura, Warhol chiede a Valentino se sia stato sincero; lui risponde con le parole di Virginia Woolf: «La verità dei fatti e la verità della finzione sono incompatibili. A te la risposta». Una citazione arguta che descrive l'atteggiamento di Valentino verso il mondo, sospeso tra sogno e realtà, in quello spazio bianco tra finzione e

veridizione.



Il suo distacco dalla realtà viene spesso letto come snobismo, ma, invero, segnala un’attenzione a una dimensione metafisica ideale, il luogo in cui risiede la sua

concezione di una moda sensibile, nutrita di intuizione e sogno vivido. Valentino vive nell'iperuranio e ambisce a una Moda perfetta e immutabile, di cui realizza mimesi per corpi reali. Come l'iperuranio, la sua moda è atemporale, aspaziale, trascende le tendenze. Se l'idea di Bene ne costituisce il vertice platonico, Valentino la sostituisce con il Bello, di cui ogni creazione è reminiscenza e messa in discorso. Oltre ogni tempo, le sue creazioni diventano fondamento ontologico e conoscitivo di un vero e proprio programma di vita, in aperta opposizione al qualunquismo della Moda "porzione singola", progettata per il consumo rapido e l'oblio programmato, pensata per fini banalmente economici e non creativi. Valentino, più che imperatore, è forse un filosofo della moda, impegnato a disciplinare l'imperfezione del quotidiano e a superarne i limiti intrinseci. Non a caso, dopo la sfilata per i 45 anni di attività, Karl Lagerfeld, suo grande amico, lo prende in disparte e gli dice: «Gli altri fanno solo stracci».



Il sogno di Valentino prende corpo e volto nel 1948, anno in cui esce in Italia, con sette anni di ritardo rispetto agli USA, il film *Le ragazze delle follie* (*Ziegfeld Girl*, Robert Z. Leonard), ispirato allo spettacolo di Broadway *Ziegfeld Follies*. Le protagoniste Hedy Lamarr, Lana Turner e Judy Garland sono vestite dal leggendario costumista Adrian che, con paillettes, frange, tulle e sbrilluccichii vari, impressiona il giovane Valentino, mostrandogli una strada che fino ad allora aveva solo intravisto solo nella fase REM. Bernardo Bertolucci esplicita bene la connessione tra cinema e sogno, sottolineando la grandissima libertà di lavorare per libere associazioni, punto di contatto con l'alta Moda. Se il cinema, come dice Bertolucci, è "materia grezza tessuta sul telaio del sogno", Valentino dà sostanza

a questi “segni tolti alla realtà” attraverso stoffe, ricami e i suoi amati volant.

Valentino debutta sul grande schermo con un abito nero indossato da Monica Vitti in *La notte* di Michelangelo Antonioni (1961). Segue il completo doposcì di Audrey Hepburn in *Sciarada* di Stanley Donen (1963). L’immaginario di Valentino trova una consacrazione nel luogo topico del cinema, nel cuore della fabbrica dei sogni, cioè a Hollywood, dove nel 1988 sfila presso lo Studio 14 della Twentieth Century Fox. Lo stilista ammette che si tratta del coronamento del suo sogno di bambino, tanto che l’evento ha come scopo ulteriore la raccolta fondi contro l’abuso sui minori.



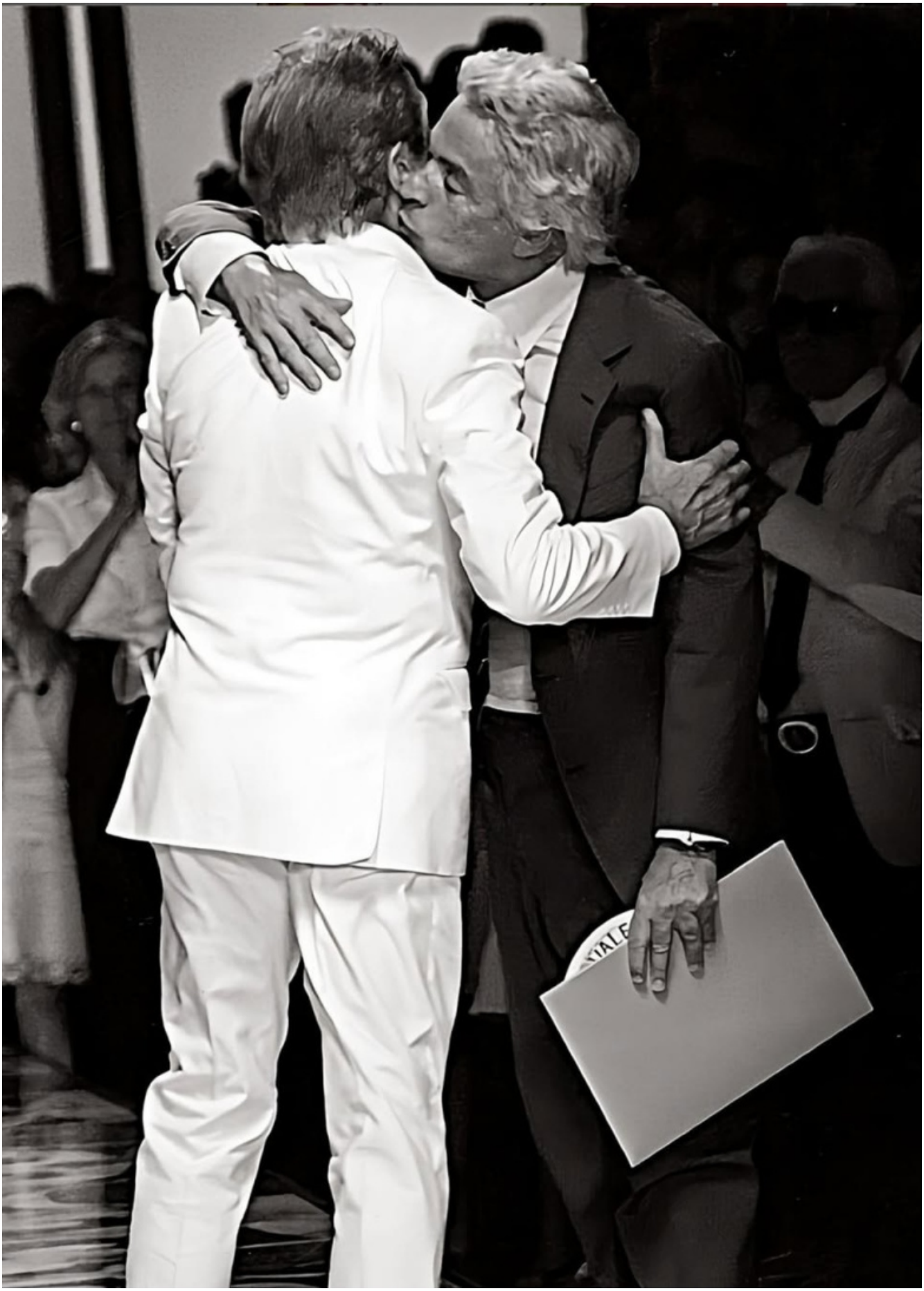
Hollywood consacra Valentino riflettendolo decine di volte nei corpi da Oscar: Sofia Loren nel 1992 per il premio alla carriera; Cate Blanchett, in giallo burro,

premiata nel 2005 per *The Aviator*; ma su tutte Julia Roberts, miglior attrice protagonista nel 2001 per *Erin Brockovich*. L'abito di velluto nero con strascico a sirena in tulle, decorato con sette strisce di raso bianco, aveva già calcato il palco del Festival di Sanremo 1993, indossato da Lorella Cuccarini. In realtà, quell'abito cita lo stile hollywoodiano classico e le sue emanazioni dirette, come Liz Taylor, grande amica di Valentino, per la quale disegna il suo ultimo completo pantalone – mai consegnato a causa della scomparsa prematura dell'attrice.

Moda, cinema e sogno tornano ciclicamente nella carriera di Valentino, come nei costumi dell'opera *The Dream of Valentino*, andata in scena al Kennedy Center di Washington nel 1994, dedicata alla vita di Rodolfo Valentino. L'esperienza si rinnova nel 2016 al Teatro dell'Opera di Roma con *La Traviata* diretta da Sofia Coppola.

La citazione filmica più cara a Valentino resta però *La Dolce Vita*, respirata in prima persona tra i tavolini di via Veneto, dove avviene l'incontro epocale con Giammetti. I tributi al film di Fellini sono numerosi: dalla campagna PE 1995 scattata da Arthur Elgort con Claudia Schiffer nei panni di Anita Ekberg, fino alla celebre battuta «Marcello, come here! Hurry up», usata come colonna sonora della sfilata per i 45 anni di attività, tenutasi nel complesso di Santo Spirito in Sassia a Roma.

Nel 2006 Valentino appare in un cameo in *Il diavolo veste Prada*, da cui nasce l'amicizia con Anne Hathaway, per la quale disegnerà in seguito l'abito da sposa. Nel film è ripreso mentre riceve i complimenti per il défilé parigino da Meryl Streep, nei panni della più potente direttrice di una rivista di moda, *Runway*, e dalla sua assistente interpretata dalla stessa Hathaway.



Un abito couture rosso Valentino diventa l’oggetto di valore – vero e proprio pomo della discordia – di un episodio della prima stagione della serie americana *Gossip Girl*, andato in onda nel 2008, quasi un anno dopo il ritiro dello stilista. Jenny, adolescente desiderosa di essere accettata da un gruppo di coetanee che costituiscono l’aristocrazia della sua scuola, si trova in difficoltà perché non possiede un vestito all’altezza delle sontuose celebrazioni di compleanno proposte dalle amiche. A casa di Hazel, una delle più snob del gruppo, si imbatte in un magnifico abito da sera che decide di rubare e dare in pegno per ottenere un vestito di paillettes nere di Dolce & Gabbana del valore di 1200 dollari. La madre dell’amica si accorge del furto – l’abito è stimato 15.000 dollari – e accusa ingiustamente la cameriera. Jenny torna così al negozio per proporre nuovamente lo scambio, ma la proprietaria le chiede una differenza di 8000 dollari e, di fronte alle proteste della ragazza, risponde con una frase che suona come una sentenza: «Non è colpa mia se non conosci il valore di un Valentino».

Questo aneddoto, ai limiti dell’assurdo, funziona come una lezione pop sulla fluttuazione del valore di un oggetto di moda, sulla distanza tra unicità e produzione seriale e, soprattutto, sulla necessità di avvicinarsi alla moda con competenza e cognizione di causa. Una scena analoga, più leggera ma sempre centrata sui “crimini” ai danni della moda, compare in *Sex and the City 2* (2010), quando Charlotte, intenta a cucinare, si accorge che la figlia ha lasciato le impronte delle mani sul retro della sua gonna vintage Valentino color crema. Ora che Valentino non è più a capo dell’omonima maison, quei capi acquisiscono un valore ulteriore: nessuno potrà più ripeterli.





In realtà, neppure lo stesso Valentino si occupava di attribuire un valore economico ai propri abiti, era una competenza demandata a Giammetti. Infatti, in un'intervista rilasciata a *Mixer* nel 1981, confessava di non interessarsi alle cifre e di ritenere di valere diversi miliardi in fantasia e creatività.

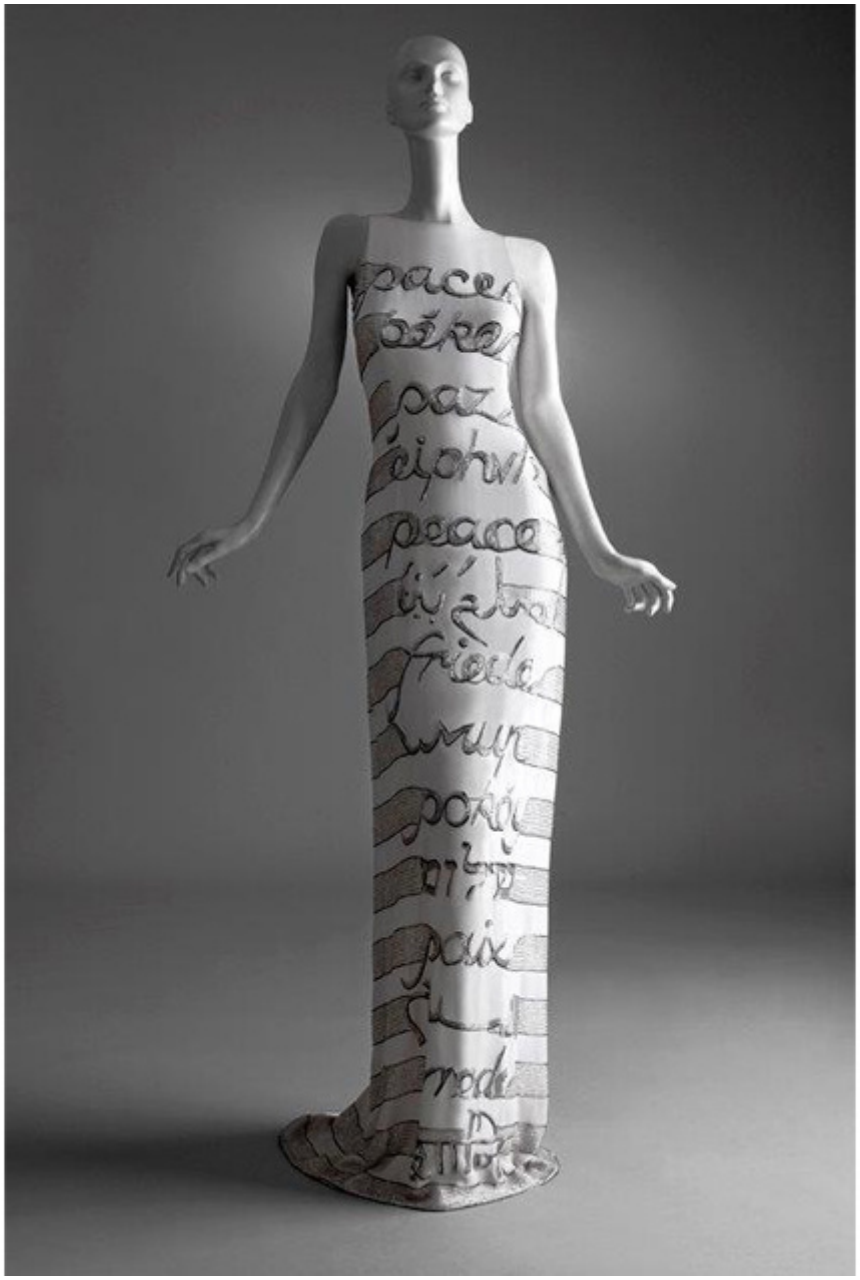
Sempre nell'ambito della cultura pop, Valentino apre le porte del suo Château de Wideville per un brunch celebrativo pre-nozze di Kim Kardashian e Ye (Kanye West), evento ripreso per un episodio della serie *Keeping Up with the Kardashians* . L'incrocio con l'universo Kardashian sembra stonare con il suo *aplomb*, ma Valentino offre un'interpretazione personalissima dello Zeitgeist, pur mantenendone le distanze. Arriva persino ad accettare con ironia la caricatura

snob e stralunata di Dario Ballantini per *Striscia la Notizia*, al punto che la maison invia anche dei vestiti. Perché l'antitesi di Valentino non è incarnata tanto dalle persone quanto dalle pieghe – non plissettate – del mercato.

Nell'intervista già menzionata rilasciata a Mixer, il conduttore Minoli elenca gli oggetti prodotti con il suo nome: calze, scarpe, costumi da bagno, tenute da neve, bijoux, borse, cinture, sciarpe, foulard, cravatte, persino piastrelle, che ricordo di aver visto nei bagni di alcune persone di mia conoscenza. Ma anche automobili, come un'edizione speciale numerata dell'Alfa Romeo o la Lincoln Continental nei toni dell'oro e del cioccolato. Minoli poi gli chiede se subisca il processo di mercificazione; Valentino risponde di no, perché tutto risiede nel grado di consapevolezza della creazione. In effetti, basta declinare l'espansione delle linee di produzione con un tocco particolare e affettivo. Come accade negli anni Ottanta, quando, per rispondere alle richieste di un sistema della moda in *involuzione*, Valentino sceglie di chiamare la collezione casual *OliVer*, con una grafia che ingloba il monogramma V, omaggio al suo carlino preferito, ricamato anche sull'etichetta e su alcuni capi. Uno dei miei ricordi d'infanzia associati a Valentino è proprio la fascinazione per questo carlino: da giovane amante degli animali chiedevo a mia madre di comprarmi i vestitini con il canetto, spesso senza successo. I carlini sono la seconda presenza costante nella vita di Valentino, dopo Giammetti, tanto da posare nella locandina di *Valentino: The Last Emperor*, nel corso di cui li vediamo occupare posti privilegiati sul jet privato, sullo yacht, o intenti in corse in giardino e protagonisti di improbabili vestizioni con orecchini di brillanti. In una cena del film, mentre si decide l'ordine di uscita della sfilata romana per i 45 anni di attività, Valentino rimprovera Giammetti per le puntine da disegno sul tavolo, pericolose per i cani, esclamando: «Non mi importa della collezione. I miei cani sono più importanti!».



Il senso comune associa Valentino all’omonimo rosso, reso unico dalla presenza di punte di verde e di blu, un colore che manda in crisi migliaia di contenuti sull’armocromia perché dona a ogni carnagione o, meglio ancora, a ogni “stagione”. L’omonimo rosso nasce da un’intuizione avuta all’Opera di Barcellona, dove Valentino viene colpito da un abito di tonalità simile indossato da un’elegante signora tra il pubblico. Eppure, il vestito che il couturier definisce come il suo preferito non è rosso, ma bianco, come la collezione del 1968 che lo consacra nel gotha della moda. Siamo nel 1991, in piena Guerra del Golfo, che lo impressiona fortemente in quanto primo conflitto globalizzato, tanto che decide di lanciare un messaggio al mondo con il *Peace Dress*, un abito bianco con la parola “pace” ricamata in argento in sedici lingue. Per quest’opera riceve nel 2018 il premio *La Moda veste la pace* dalla ONG African Fashion Gate, a margine di un evento presso il Parlamento Europeo. L’abito era stato esposto centralmente di fronte all’Ara Pacis durante la retrospettiva *Valentino a Roma* del 2007.



Valentino non è nuovo alla dimensione museale: nel settembre 1982 il Metropolitan Museum of Art di New York fa da cornice a una sfilata couture con la partecipazione di Mikhail Baryshnikov, Plácido Domingo, Raquel Welch e Muhammad Ali, qui in veste di aspirante mago.

La passione per l’arte si concretizza infine nella fondazione PM23, creata insieme a Giammetti, dove il 18 gennaio 2026, un giorno prima della sua scomparsa, viene inaugurata la mostra *Venus – Valentino Garavani through the eyes of Joana Vasconcelos*. Il progetto mette in dialogo le visioni oniriche e femministe dell’artista portoghese e, in realtà, racchiude una carriera intera e la città di Roma nell’opera *Valchiria Venus*, realizzata assemblando 200 kg di moduli all’uncinetto prodotti da detenute, donne vittime di violenza, pazienti degli ospedali Gemelli e Bambino Gesù: soggetti diversi uniti da un progetto comune orientato da fantasia

e creatività, le uniche leggi a cui Valentino abbia mai risposto.

In un sistema che produce moda a consumo rapido e valore a scadenza, Valentino ha insistito sull’opposto: l’idea che il Bello sia un atto di resistenza. E forse è per questo che, oggi più che mai, la sua moda non appare anacronistica, ma radicalmente inattuale. Nel senso più nobile del termine.

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

