

BELLA FIGURA

Joost Houtman & Philip Roose

BELLA FIGURA

Waarom de Italianen zo Italiaans zijn

© 2018 – Joost Houtman, Philip Roose & Uitgeverij Vrijdag
Jodenstraat 16, 2000 Antwerpen
www.uitgeverijvrijdag.be



Omslagontwerp: Loudmouth
Vormgeving binnenwerk: theSWitch, Antwerpen

NUR 694
ISBN 978 94 6001 666 0
D/2018/11.676/404
e-boek
ISBN 978 94 6001 683 7

Niets van deze uitgave mag door middel van elektronische of andere middelen,
met inbegrip van automatische informatiesystemen, worden
gereproduceerd en/of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke
toestemming van de uitgever.

Avrai tu l'universo, resti l'Italia a me

Neem jij het universum, maar laat Italië aan mij

Inhoud

Inleiding	9
Fare bella figura	17
Heilige huisjes	65
Italië bestaat niet	169
Politieke zeden	211
Slot: Italofilie	249
Bibliografie	254

Inleiding

Il paradiso è un poliziotto inglese, un cuoco francese, un tecnico tedesco, un amante italiano e il tutto organizzato dagli svizzeri. Het paradijs is waar de Britten de politieagenten zijn, de Fransen de koks, de Duitsers de mecaniciens, de Italianen de minnaars en alles door de Zwitsers wordt georganiseerd. En de hel? *L'inferno è un cuoco inglese, un tecnico francese, un poliziotto tedesco, un amante svizzero e l'organizzazione affidata agli italiani.* De hel is waar de kok Engels is, de Fransen de reparaties doen, de politiemacht Duits; je voor de liefde aangewezen bent op de Zwitsers en alles door de Italianen wordt georganiseerd. Een heerlijk hoopje hopeloze clichés; of zit er toch wat waarheid in?

Tomaten zoet als zon, bovenste beste pasta en pizza, ijsjes warmbloedig van smaak en duizelingwekkende wijnen. Vooral dat laatste. Wijn is immers water gevuld met zon, om het met de wijze woorden van niemand minder dan Galileo Galilei te zeggen. Italiaanse wijn is bovendien bijzonder heilzaam. *Una botte di vino può realizzare più miracoli che una chiesa piena di santi*, klinkt het in een even eerlijk als heerlijk spreekwoord. 'Een vat wijn doet meer wonderen dan een kerk vol heiligen.' Ja, voor het culinaire weten we het wel. Het paradijs? Dat is waar de keuken Italiaans is, als je het ons vraagt. En niet Frans, of godbetert, Duits of Engels!

Een land dat de wereld de caffettiere, Alessi, bolides als Ferrari en Maserati en de meest verfijnde mode heeft geschonken... zo slecht in het technische kan dat ook weer niet zijn. Daar heb je niet per se een Duitser voor nodig. Van een gebrek aan ondernemingszin kan je al evenmin spreken als je het over Italianen hebt. Zo nam

FIAT in 2014 de Amerikaanse autoreus Chrysler over. Zo bouwde Michele Ferrero de patisserie van zijn ouders uit tot de wereldspeler verantwoordelijk voor Nutella, Mon Chéri, Kinder Chocolate, Tic Tac en Ferrero Rocher en lopen de zaken zo gesmeerd dat het familiefortuin van de Ferrero's ondertussen 25 miljard euro bedraagt. Zo verkocht de Siciliaanse beeldhouwer Arturo di Modica in de jaren 80 van de vorige eeuw zijn hele hebben en houwen om een gigantisch drie ton wegend sculptuur van een stier te kunnen maken en dat als voorbeeld van guerillakunst in een New Yorkse straat te plaatsen. Het beeld staat vandaag nog altijd in de Big Apple. Op 15 december 1989 pronkte di Modica's stier voor de New York Stock Exchange in, jawel, Wall Street. Niemand had het besteld. Niemand had de toestemming gegeven. Je moet maar durven. Ook dat is Italiaans. Net als de elektrische batterij trouwens, in de 18de eeuw uitgevonden door graaf Alessandro Giuseppe Antonio Anastasio Volta; de dynamo van de uit Pisa afkomstige Antonio Pacinotti; de *cembalo scrivano*, de schrijvende klavecimbel oftewel de typemachine van Giuseppe Ravizza; en de pantelegraaf alias de fax van abt don Giovanni Caselli uit de 19de eeuw; *la chiave a brugola*, de L-vormige sleutel die je waarschijnlijk al meermaals hebt vervloekt bij het ineenpuzzelen van een IKEA-meubel; de *perottina* ofte de eerste personal computer geproduceerd door Olivetti en ontworpen door de Turijn Pier Giorgio Perotto; en de jacuzzi van Candido Jacuzzi uit de 20ste eeuw.

Kunnen we de romantiek trouwens ook niet typisch Italiaans noemen? Speelt het meest mythische liefdesdrama ooit, dat van Romeo en Julia, zich niet af in het Italiaanse Verona? *Il paradiso*? Wij weten het wel. Dat ligt in Italië. Maar allez, zolang er maar niets georganiseerd moet worden? Nee, hoor, in dit boek zullen we net aantonen dat de Italianen juist alles in systemen – *sistemi* – gieten die perfect functioneren. Je moet ze natuurlijk wel eerst doorgronden...

Niks deugddoender dan vakantie nemen in een Toscaans of Umbrisch middeleeuws dorpje waar de bewoners er zo oud uit zien

dat je zou kunnen vermoeden dat ze het dorpje zelf hebben gesticht. Of Venetië! Of Rome! Of Firenze! Je wordt er met de duomo's, palazzo's, ruïnes en renaissancekunst om de oren geslagen. Ook dat is *un vero paradiso*! Maar goed, Pompeï, Vaticaanstad en alle mogelijke Florentijnse kunstschaten even buiten beschouwing gelaten, is Italië nu echt zo kunsthistorisch uniek? Kennen we Italië niet al te veel moois toe?

Even de spectaculaire landschappen, zonovergoten baaien, idyllische eilanden en majesteitelijke bergen terzijde, zien de Alpen er aan de andere kant in Frankrijk, Zwitserland en Oostenrijk niet net zo indrukwekkend uit? Kunnen andere bergen niet even hoog, steil en rotsig zijn als de Italiaanse? Het kan toch niet dat alleen Italië daar een patent op heeft?

En dan de zon. Kom nu. Oké, Italië is zonnig als je nu pakweg uit Moskou komt, of het nu de Gentse volkswijk is of de gelijknamige Russische hoofdstad, maar – echt waar – de zon schijnt in de zomer ook in Spanje. Ze schijnt er zelfs in de herfst én de winter. Het klimaat van Noord-Italië is trouwens echt wel Noord-Europees te noemen. Meer nog, de winter is er, zeker in Milaan en Turijn, kouder dan in pakweg Kopenhagen! En Rome? Tweehonderd dagen per jaar waait er de sirocco. Die zwoele zuidelijke wind vult de hemel met laaghangende wolken, die met hun vochtigheid overal de schimmel aanzwengelen; die de nodige vochtplekken doet ontstaan die op hun beurt op het humeur van de inwoners inwerken. Of om het met de woorden van Vincenzo Cardarelli te zeggen: *Autunno. Già lo sentimmo venire / nel vento d'agosto, / nelle piogge di settembre / torrenziali e piangenti / e un brivido percorse la terra / che ora, nuda e triste, / accoglie un sole smarrito. / Ora passa e declina, / in quest'autunno che incede / con lentezza indicibile, / il miglior tempo della nostra vita / e lungamente ci dice addio.* 'Herfst. We voelden hem al komen / in de augustuswind / in de huilende stortregens / van september, / en een huivering voer over de aarde / die nu naakt en somber / een verloren zonnetje ontvangt. / Nu verglijden en minderen / in deze herfst, die

/ met onzegbare traagheid voortschrijdt, / de beste jaren van ons leven / en zeggen ons langdurig vaarwel.’ Nee, dank je. Zo *dolce* is *la dolce vita* nu ook weer niet, precies.

En dan die Italianen! ‘Vertrouw geen Italianen, ze stelen uit je wagen / In liegen zijn ze eerste prijs / Ze willen je verleiden maar slechts voor korte tijd / En ze maken je van alles wijs...’ Getekend Raymond van het Groenewoud. Het is dus niet al goud dat blinkt, blijkbaar, dat Italië. En toch zijn we er helemaal weg van. Misschien vooral omdat, zoals diezelfde Van het Groenewoud het zingt: ‘Ach het is een volk apart’. Hoe apart de Italianen zijn en wat ze zo Italiaans maakt, is het onderwerp van dit boek. We nemen jou, beste lezer, mee op een historische, politieke, culturele, culinaire, sociaal-economische trip, op een Grand Tour als het ware.

Grand Tour is de naam van de reis die jongeren uit de (vooral) Britse ‘upper class’ sinds het midden van de 17de eeuw ondernamen als een soort ‘rite de passage’. Bedoeling van de Grand Tour was dat de rijke *tourist* – heb je hem? – begeleid door verschillende gidsen of *ciceroni* (genoemd naar de Romeinse allesweter Marcus Tullius Cicero), kennis zouden maken met de cultuur van het Oude Rome en de renaissance. Klassiek trokken deze Britse (en later Amerikaanse) jongeren van Dover naar Oostende, Calais of Le Havre en van daaruit richting Parijs en Genève om daarna door te steken naar Italië, met tussenstops als Turijn, Firenze, Venetië en Rome om uiteindelijk Napels als terminus te nemen. Cultuur opsnuiven, zich in hoge kringen begeven, belangrijke mensen ontmoeten en als volleerd aristocraat terugkeren; dat was de bedoeling. Met Italië als één groot pedagogisch museum.

Op zijn eerste dag in Rome, in 1869, vertrouwde de Amerikaanse romanschrijver Henry James (1843-1916) aan zijn dagboek toe: ‘Nu eindelijk en voor het eerst, leef ik.’ Zijn Duitse collega, de dichter Heinrich Heine (1797-1856), was hem in die idee al voorgedaan: ‘Je alleen maar te laten leven in Italië is al schoon. In deze marmeren *palazzi* hebben de zuchten een romantischer echo dan in onze bescheiden huizen van baksteen; in de schaduw van deze lau-

rierstruiken kan men prettiger wenen dan onder onze sombere den-nenbomen; het is zoeter te mijmeren terwijl men de Italiaanse wolken ziet langsdrijven, dan onder de asgrauwe koepel van een Duitse hemel.’ De Rus Nikolaj Vasiljevitsj Gogol (1809-1852) verwoordt het in zijn *Ode aan Italië* uit 1829 al minstens even mooi: ‘Wie in Italië is geweest, kan alle andere streken wel vergeten. Wie in de hemel is geweest, wenst de aarde niet meer. Italië verhoudt zich tot de rest van Europa als een zonnige dag tot een droefgeestige. Ik ben eigenlijk hier pas geboren. (...) Rusland, Sint-Petersburg, de sneeuw en al die nare mensen... dat is slechts een boze droom geweest.’

Ouders stimuleerden de Grand Tour opdat de jongeren op deze manier kunst en cultuur konden opdoen; om vervolgens als stijlvolle, gestudeerde gentlemen terug te keren en *in the meantime*, ver van huis, hun wilde haren te verliezen. Bij de Engelse adel is de uitdrukking *doing the grand tour* nog altijd de uitdrukking voor dat laatste. Wie zich daarbij niet onbetuigd liet, is de bekende dichter Lord Byron (1788-1824). Zo schreef hij zijn moeder over zijn verblijf in Venetië dat hij verliefd was geworden op ‘*a very pretty Venetian of two and twenty – with great black eyes – she is married – and so am I – we have found and sworn an eternal attachment... and I am more in love than ever... and I verily believe we are one of the happiest unlawful couples on this side of the Alps.*’

‘Er zullen er hier de stad verlaten zonder ooit iemand gezien te hebben die geen andere Engelsman is, en zonder te weten waar het Colosseum ligt’, bromde de Franse 18de-eeuwse schrijver Charles de Brosses, die een tijdlang in Rome woonde, dan ook. ‘Ze zitten vaak evenveel met hun neus in de stoofpotten als met hun lijf in de *grand palazzi*’, schamperde de Engelse poëet Alexander Pope over de *Tourists*.

De wilde verhalen bij thuiskomst misten natuurlijk hun effect niet. Zozeer zelfs dat menig Tour-debutant van thuis vertrok met ‘een broek vol goesting’, om het in schoon Vlaams te zeggen. Neem nu de Nederlandse dichter Constantijn Huygens. Die kreeg het op zijn reis naar Italië al bij zijn eerste tussenstop in Antwerpen

moeilijk. Zoals uit een passage in geheimschrift uit zijn reisjournaal opgemaakt kan worden, draaide een bezoek aan een Antwerpse prostituee verkeerd uit. ‘Ik kost niet vogelen’, moest hij toegeven.

Of de schoonheid nu in de Italiaanse vrouwen of de Italiaanse kunst gezocht werd, was Johann Wolfgang von Goethe eigenlijk eender. In zijn *Italienische Reise* tekende hij met veel plezier op dat ‘de maneschijn zelfs helderder was dan het daglicht.’ Goethe genoot van al het mooie en verbaasde zich oprecht over enkele vreemde gebruiken. Toen hij in de buurt van Venetië in het dorpje Torbole aan de herbergier vroeg waar het toilet was, luidde het laconieke antwoord van de herbergier terwijl die naar de binnenplaats wees: *ma dappertutto, dove vuole*. Waar u maar wil! Zo geciviliseerd vond Goethe de Italianen nu ook weer niet. Ook de Amerikaanse schrijver Mark Twain durfde de keerzijde van al dat Italiaans moois te benoemen: ‘*Look at the grande Doumo of Florence – a vast pile that has been sapping the purses of her citizens for five hundred years, and is not nearly finished yet. Like all other men, I fell down and worshiped it, but when the filthy beggars swarmed around me the contrast was too striking, too suggestive, and I said. “Oh, sons of classic Italy, is the spirit of enterprise, of self-reliance, of noble endeavor, utterly dead within ye? Curse your indolent worthlessness, why don’t you rob your church?”*’

De intrede van stoomschepen en treinen in het midden van de 19de eeuw luidde het prille begin van het massatoerisme in, alsook het einde van deze Grand Tour. Want ja, dan verviel het exclusieve karakter natuurlijk. Toch is en blijft Italië vandaag nog altijd een immens populaire reisbestemming. En niet meer dan terecht, als je het ons vraagt.

Beste lezer, laat ons jouw *ciceroni* zijn op een Grand Tour door Italië en langs alles wat de Italianen zo Italiaans maakt. We zullen niet nalaten de schoonheid te bezingen, maar we hebben, net zoals enkele van de hiervoor vermelde schrijvers, er ook geen probleem mee de keerzijden te benoemen. Natuurlijk zijn die er. Denk maar aan die typische *cose all’italiana*. Wil het cliché niet dat er veel te veel nodeloze beau geste is in De Laars? Dat Italianen uitblinken

in het spuien van onbehoorlijke uitvluchten, zich durven verliezen in al te ingewikkelde strategieën of zelfs hun toevlucht nemen tot ingenieus bedrog? Of dat ze kampioen zijn van de (al dan niet) briljante improvisatie? En al dat uitstellen! *Tra il dire e il fare c’è di mezzo il mare*. Midden tussen het zeggen en het doen, ligt de zee... Het probleem van clichés is niet dat ze soms genadeloos juist zijn. Nee, het probleem is dat ze niet gelaagd zijn. Net dat proberen we in dit boek wel te zijn. *Nelle botti piccine ci sta il vino buono*. In de kleine kruikjes bevindt zich de goede wijn.

Met veel plezier verdiepen we ons daarom in de allesbepalende wetmatigheid die in Italië de wereld mooi rond doet draaien en dat is die van ‘*fare bella figura*’. We leggen daarbij met graagte het belang uit van concepten als *la passeggiata*, *sprezzatura*, *garbo*, *sgrammaticatizzo*...; duiken in het hilarische labyrint van de politiek; bewijzen ondertussen dat Italië eigenlijk niet bestaat en dat Napoleon tegelijkertijd geen Fransman, maar wel een Italiaan was en *tackelen* menig heilig huisje. Leve *la Mamma!* Leve het bijgehoof! Leve rondborstige nieuwslezeressen! Leve de regionale keukens! Leve de verkeerschaos! Viva! Viva! Viva! Leve *L’Italiano* van Toto Cutugno!

Lasciatemi cantare / con la chitarra in mano / lasciatemi cantare / una canzone piano piano / Lasciatemi cantare / perché ne sono fiero / sono un italiano / un italiano vero. Laat me zingen met de gitaar in de hand... dat ik er fier op ben een echte Italiaan te zijn!

Veel leesplezier en gezonde Grand Tourverwondering gewenst,

Joost Houtman & Philip Roose
Catania-Mortsel-Nieuwpoort-Solda maart 2018

Fare bella figura

Una figura di merda

Alles draait in Italië om de *bella figura* en het laatste wat een Italiaan dan ook wil, is een mal figuur slaan, *una figura di merda*. Zolang de Italiaan er goed voor komt en alles er maar mooi uitziet, is het leven goed. Schoonheid, *bellezza*, is het hoogste goed en moet ook in het dagelijks leven gevierd worden. Daarom hoeft het ook niet te verbazen dat Italiaanse mannen hun wenkbrauwen laten epileren, hun uurwerk bovenop hun hemdsmouw durven te dragen en dat priesters elkaar vestimentair naar de kroon steken of dat Italiaanse vrouwen voor 75% uit zonnebril bestaan. Of dat Benito Mussolini voor het bezoek van zijn maatje Adolf Hitler allemaal bordkartonnen gevels in het Romeinse straatbeeld liet plaatsnemen. Met leegstand, vervallen huizen of braakliggend terrein kun je als staatshoofd toch niet uitpakken? Een mal figuur slaan is een doodzonde. Wat doet een Italiaans gezin dan ook als de lang aangekondigde verre buitenlandse reis op het allerlaatste nippertje in het water valt? Ze besluiten om twee weken onder te duiken in de kelder van hun huis. Geen grap. Echt gebeurd.

Alles voor de show, daar in Italië. En maar praten en maar praten en maar met die handen zwaaien! Allemaal om van het dagelijkse leven één groot schouwspel te maken. Oscarwinnaar Orson Welles zei dan ook: 'Italië wemelt van de acteurs, waarvan de slechtste de professionelen zijn!' Het ongelofelijke arsenaal aan gebaren is een essentieel onderdeel van het grote theaterstuk dat het leven is. Zelfs als een Italiaan met oordopjes over straat loopt, kan hij nog

elk gesprek volgen! Vreugde, verdriet, hoop, opluchting, verveling, wanhoop, liefde en teleurstelling; het laat zich allemaal makkelijk aflezen. Die gebaren bestaan trouwens al eeuwenlang. Op verschillende fresco's in Pompeï kan je ze al aantreffen.

Toch zou het zonde zijn om niet te luisteren naar wat er wordt gezegd. Elk Italiaans woord is immers een verhaal op zich. Wat denk je bijvoorbeeld van *precipitevolissimevolmente*, 'zeer gehaast'? Of van *mangia-allenatore*, 'trainereter', voor een voetbalvoorzitter die de reputatie heeft aan de lopende band zijn trainers te ontslaan. Een al te opdringerige fotograaf is een *paparazzo*, naar het woord dat men gebruikt om het meer dan ergerlijke geluid dat een mug maakt te omschrijven! Heerlijk, zo'n taal. Letterlijk heerlijk zelfs. Neem nu de koosnaampjes, bijvoorbeeld. Welke niet-Italiaanse dame zou zich bijzonder gecharmeerd voelen als ze 'gehaktballetje', *polpettina*, wordt genoemd? Of 'brokje kaas', *formaggina*?

Je zou aan de andere kant kunnen argumenteren dat het allemaal loze woorden zijn. Dat Italië één groot Babelonië is. Dat het allemaal maar *parole, parole* zijn om de Egyptisch-Italiaanse zangeres Dalida te citeren. Dat het alleen maar dient om te verleiden, net zoals de Florentijnse rokkenjager Casanova het ons voordeed. Wist je trouwens dat die eens in de Vlaamse Kempen kwam uitrusten omdat zijn *apparato* het bijna begaf? Zijn woorden, niet de onze.

Wie al ooit in De Laars op vakantie is geweest begrijpt waarschijnlijk maar al te goed dat schoonheid zo levensbepalend is voor een Italiaan, omdat die er simpelweg altijd en overal door omgeven is. Het land lijkt wel één groot openluchtmuseum. De Italiaanse psychiater Graziella Magherini ontdekte daarbij zelfs een heuse pathologie. Het Florencesyndroom geeft aan dat te veel schoonheid slecht kan zijn voor je gezondheid. Italiaanse verpleegsters en dokters kijken er al lang niet meer van op als er een toerist wordt binnengebracht die door emoties bevangen is geraakt tijdens het aanschouwen van een kunstwerk. Italianen zal dat echter niet overkomen. Die zijn immuun voor de ziekte. Voor hen is *bellezza* immers de normaalste zaak van de wereld.

Het nationale avondritueel

Als de zon naar de einder zakt, loopt overal in Italië de mooiste straat van het dorp of de stad vol. Jong en oud slaan aan het flanereren. Het gaat om kijken en bekeken worden. Er wordt gekletst en naar elkaar gewuifd. Er wordt gelikt aan een ijsje en gelonkt naar een meisje. Gratie en theatraliteit hangen in de lucht. De hele wereld is een schouwtoneel, zei Shakespeare. Het zou perfect kunnen slaan op het nationale ritueel dat De Laars 's avonds overvalt, de *passeggiata*.

Nergens is mensen kijken zo boeiend als op een avondlijk terras ergens in Italië. Je pikt er de te bleke of te zonverbrande en immer zwetende Nederlanders, Duitsers, Zweden, Engelsen en Vlamingen zo uit. Tijdens de *passeggiata* komt de Italiaan er immers altijd op z'n best voor. En ja, zelfs ondanks de vallende avond is de kans bijzonder groot dat de Italiaanse man een zonnebril draagt. Chauvinist als hij is, zal dat er eentje zijn met het massieve metalen scharnier in de vorm van een Romeins zwaard, het teken van het Italiaanse merk Persol. Ook beroemdheden als George Clooney, Johnny Depp en Daniel Craig (als James Bond in *Casino Royale*) zweren bij dit merk, dat het zonlicht zag – onze excuses voor de woordspeling – in 1917. Toen lanceerde ene Giuseppe Ratti onder de merknaam *Protector* een zonnebril voor piloten. Eind jaren 20 bracht hij ook een model voor de gewone medemens op de markt onder de huidige en bijzonder toepasselijke naam Persol, *per il sole*, voor de zon. Of vooral toch, tegen de zon.

Voor Italiaanse vrouwen geldt de regel dat zij voor 75% uit zonnebril moeten bestaan. Groot, groter, grootst. De zonnebril is dan ook geen bril, maar wel een juweel en dat moet lekker zichtbaar worden gedragen. Dat is in De Laars trouwens al meer dan tweeduizend jaar een gegeven. In 213 voor Christus werd tijdens de eerste Punische Oorlog de Lex Oppia van kracht. Het was een antiluxewet die bepaalde dat geen enkele vrouw meer dan een half ons goud mocht dragen. Het resultaat? *Le donne* kwamen in

opstand. De wet werd weer ingetrokken. *Non è tutto oro ciò che luccica?* Het is niet al goud wat blinkt? Jawel, hoor! Een vrouw is en blijft het enige cadeau dat zichzelf verpakt... Zeker in Italië.

Italia, oh Italia, thou hast the fatal gift of beauty, riep de Engelse schrijver Lord Byron al in het begin van de 19de eeuw uit en hij had het daarbij wel degelijk over de Italiaanse vrouwen. Zijn collega-dichter en landgenoot Percy Shelley (1792-1822) vond dat Byron de lat wel erg laag legde. Zo zei hij: 'Het is een feit dat de Italiaanse vrouwen met wie hij (Byron) zich in de eerste plaats afgeeft, misschien wel de meest verachtelijke zijn die bestaan, de meest onwetende, walgelijke en bigotte. Tallozen van hen stinken zo erg naar knoflook dat een gewone Engelsman hun nabijheid niet kan verdragen. Maar Lord Byron gaat om met het minste soort van deze vrouwen – met degenen die zijn *gondolieri* voor hem van de straat oppikken. Hij bemoeit zich met schepsels die de slavinnen zijn van handelingen die in Engeland niet alleen nooit worden genoemd, maar waarvan men zich daar, naar ik geloof, ook geen voorstelling kan maken.' Nu goed, *de gustibus et coloribus non est disputandum*, we waren er natuurlijk niet bij, maar als het de *passeggiata* betreft, hebben we toch de neiging Lord Byron gelijk te geven. Dan hebben *le donne* inderdaad *the fatal gift of beauty*. Dan zien we inderdaad de klonen van Sophia Loren (*Ieri, oggi, domani!*), Monica Bellucci (*Spectre!*) en Caterina Murino (*Casino Royale!*) voor onze neus flanereren. Maar misschien hebben we op dat moment ook al iets te veel aan de Aperol Spritz gezeten.

Gli uomini laten zich tijdens de *passeggiata* evenmin onbetuigd. Met hun geëpileerde wenkbrauwen, getrimde baardjes, schijnbaar nonchalant over hun schouders gedrapeerde truien en, belangrijk, nooit in korte broek, doen ze de *passeggiata* alle eer aan. Ook dit is al vele eeuwen een gegeven. De Italiaanse middeleeuwse wapenrusting was immers veel eleganter dan die van de concurrentie. Prachtig versierd, maar wel te dun en te licht. Ze droegen daarom

hun militair kostuum enkel bij parades. Tijdens de gevechten moest een Duitse uitrusting hen beschermen.

Bij het avondlijke gearpadeer zal het de niet-Italiaan trouwens opvallen dat roze helemaal geen 'verwijfde' kleur is. Mannen dragen het *en masse*. Mocht dat trouwens wel het geval zijn, dan zou voetbalclub Palermo natuurlijk niet in het roze spelen; de sportkrant *La Gazzetta dello Sport* niet op roze papier gedrukt worden en dus de leider van de wielervedstrijd *Giro d'Italia* ook niet in de roze trui, *la maglia rosa* rondrijden. Nu ja, de eerlijkheid gebiedt ons te zeggen dat dit voor de *Gazzetta dello Sport* destijds wel een noodingreep was omdat het groen waarin de nationale sportkrant oorspronkelijk verscheen op was. 'Roze is de kleur van damesondergoed', reageerde Benito Mussolini schamper op deze kleurwissel. Desalniettemin kleuren de *passeggiata*-mannen tegenwoordig vaak met veel plezier roze.

Ook de priesters schuwen het avondritueel van de *passeggiata* niet. Ook zij lopen er dan op hun kerst- en paasbest bij. Ook voor hen geen *perle ai porci*, parels voor de zwijnen! Ook zij moeten en zullen uiterst verfijnd voor de dag komen. *I preti* kunnen voor hun meest trendy outfit terecht in Rome, meer bepaald in de Via Cestari, de Meir of P.C. Hoofdstraat van de clerus, zeg maar. De soutane verschijnt met de nodige trots vandaag de dag nog altijd in het Italiaanse straatbeeld. De Russische schrijver Dostojevski had meer dan gelijk toen hij tijdens zijn verblijf in Firenze schreef: 'Schoonheid redt de wereld!'

Eén grote catwalk

De *passeggiata* doet eigenlijk niets anders dan de straat omtoveren tot één extreem grote catwalk. In het land van Versace, Valentino, Armani, Dolce & Gabbana, Bvlgari, Fendi en Prada en met Milaan als de modehoofdstad bij uitstek is dat natuurlijk niet geheel on-