

Il baule della memoria: Narrazioni testuali e visive per un processo di upcycling

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.139.2>

Caterina Cristina Fiorentino¹, Valentina Alfieri²

¹ *Università degli Studi della Campania, caterinacristina.fiorentino@unicampania.it*

² *Università degli Studi della Campania, valentina.alfieri@unicampania.it*

Abstract

Una riflessione sul ruolo del design di comunicazione e della fotografia di moda, quali strumenti per la narrazione dei processi progettuali che hanno come obiettivo la sostenibilità sociale e ambientale; declinata intorno alla diffusione degli esiti didattici sperimentali di un progetto di ricerca europeo, multidisciplinare e internazionale.

Keywords

Upcycling; local identity; communication design; fashion styling.

1. Introduzione¹

Il contributo fa riferimento a *Fashion Alive*, progetto di ricerca che – finanziato dalla Comunità Europea nel 2022 e ancora in corso – vede la collaborazione tra l'Università del Minho, Creamodite e l'Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli. Il progetto ha come obiettivo la sperimentazione e la promozione di prodotti e processi di moda sostenibili; con questo scopo, il gruppo italiano ha affrontato le sue ricerche e le applicazioni sperimentali didattiche, mediante l'applicazione della tecnica dell'*upcycling* a capi e materiali del corredo nuziale tradizionale.

In questo contesto, il contributo propone una riflessione sul ruolo del design di comunicazione nei processi progettuali che agiscono nell'ambito della sostenibilità ambientale e sociale, insieme a considerazioni che riguardano il ruolo della fotografia di moda, intesa come apporto al patrimonio di immagini del Novecento che esprimono un punto di vista critico rispetto alla necessità trasformativa dello *status quo*. La parte relativa al design di comunicazione, dunque, descrive le premesse secondo cui gli esiti progettuali di *Fashion Alive* possono essere articolati in un habitat narrativo appropriato alla diffusione dei risultati raggiunti, come alla *messa in scena* dei prototipi realizzati. Mentre, le riflessioni sulla fotografia di moda sono articolate, con l'obiettivo di inquadrare le attività didattiche svolte per la realizzazione dei photo-shooting e dei video di scenario delle collezioni realizzate dai 450 studenti coinvolti nel progetto.

2. Il corredo tra reminiscenza e ricordo

In occasione del Salone del mobile di Milano del 2023, Sara Ricciardi – come interior designer e ispirandosi all'armadio di *The Chronicles of Narnia: the Lion, the Witch and the Wardrobe* (Lewis, 1992) – ha progettato una mostra, intitolata *The Vogue Closet*, che, attraverso una serie di installazioni, propone una originale e interessante interpretazione del guardaroba della rivista che comprende, anche, spazi dedicati a riferimenti ed esempi affini o corrispondenti al concetto di sostenibilità, affrontato da *Vogue*, in questa occasione, secondo diversi aspetti, quali, ad esempio: l'uso dei materiali conservati negli archivi tessili, le interpretazioni contemporanee degli abiti abbandonati e dimenticati; le incredibili capacità combinatorie di pezzi d'autore e vintage a opera di Anna Piaggi; le narrazioni su specifici aspetti del vestire che riguardano abitudini e tradizioni italiane.

Nel romanzo-fantasy di Lewis, scritto fra il 1950 e il 1956, proprio entrando in un armadio si ha la possibilità di accedere a nuovi e sconosciuti mondi, dunque, di attraversare un passaggio che, solo se dotati di uno sguardo indiscreto, porta verso la conoscenza; difatti, se la chiara comprensione delle cose dipende dal discernimento – dalla capacità di distinguere tra differenze e somiglianze, verità e finzione – la capacità di sovvertire, di essere importuni, oppure inopportuni rispetto allo stato

¹ I paragrafi 1 e 4 sono stati scritti da entrambi gli autori, mentre il paragrafo 2 è di Caterina Cristina Fiorentino e il paragrafo 3 di Valentina Alfieri.

delle cose, rende possibile una trasformazione e, dunque, muove verso un percorso di ricerca che sia, insieme, una considerazione sul passato e sul presente, come una visione del possibile futuro.

A tal proposito, le operazioni di ricerca, di selezione, di analisi, di disegno e di lettura storico-critica che sono state condotte sui capi di corredo, quali azioni preliminari del progetto di fashion design, sono assimilabili a una relazione con il *baule della memoria*, inteso quale scrigno fisico in cui i corredi venivano e vengono conservati per tradizione, ma soprattutto quale possibilità di intervenire progettualmente e, dunque, con nuove connessioni alla narrazione di un processo in cui la trasformazione incide sugli oggetti e, parallelamente, sui contesti sociali in cui opera. In tal senso e nell'ambito del progetto *Fashion Alive*, una delle operazioni proprie del design di comunicazione – quella di mettere in comune, distinguendo le connotazioni identitarie di quanto si va a narrare – ha il compito di scardinare consuetudini, ovvero di partecipare alla individuazione di valori da condividere, in un discorso dialettico con gli interlocutori, per procedere alla narrazione delle premesse e degli esiti di processi contemporanei di fashion design; ponendo più attenzione alla sequenzialità e agli intenti delle operazioni progettuali rispetto agli esiti che spesso, frutto di sperimentazioni in itinere o di attività didattica (come nel caso specifico di questa ricerca), sono parzialmente interessanti, rispetto alla possibilità di collocarli all'interno di un contesto culturale e sociale di condivisione e di innovazione.

Da questa premessa consegue che il compito del design di comunicazione è nell'individuare un habitat narrativo, all'interno del quale collocare il processo di *upcycling*, operato utilizzando i capi del corredo, e di definire le categorie interpretative attraverso cui la *materia prima* – nelle sue denotazioni fisiche e nelle sue connotazioni culturali e, dunque, identitarie – può essere connessa ai processi progettuali e trasformativi, quali parti di un discorso organico che si articola intorno ai temi della sostenibilità sociale e ambientale. Prendere in esame il corredo nuziale e i suoi capi, quale materia predisposta alla trasformazione e alla rielaborazione in outfit attuali e contemporanei riguarda sia considerazioni sul ruolo relazionale della sostenibilità, sia la possibilità di affrontare un approfondimento sul *Lessico della Moda* (Bolton, Ganfinkel, 2022), ovvero su un repertorio di parole, utile a comporre un idioma specifico e condiviso dal gruppo di ricerca, per comprendere, ma, soprattutto, per definire i contenuti di un habitat narrativo adatto alla comunicazione degli esiti di un progetto che si vuole confrontare con valori materiali e immateriali, con i localismi, con i concetti di appartenenza, di permanenza e, in grande sintesi, con uno sguardo critico rispetto alla obsolescenza e al consumo di massa.

Nell'ottica di volere inserire i capi del corredo e le operazioni di *upcycling* all'interno di un habitat narrativo che sia soprattutto emozionale – calibrato sulla tradizione, come sull'innovazione – termini quali *nostalgia* e *riverenza* diventano centrali per descrivere il rapporto con il passato, o meglio con il ricordo, intendendolo quale possibilità di attualizzazione della memoria nel presente (Deleuze, 2001), tramite la capacità di compiere azioni interpretative di trasformazione e di predisposizione agli intenti che riguardano il futuro. Deleuze, infatti, distingue tra reminiscenza e ricordo,

definendo due aspetti della memoria che si differenziano tra loro a seconda degli atteggiamenti e delle attitudini con cui una persona si comporta nei confronti del passato. Operare oggi sui capi del corredo è, dunque, sicuramente una operazione che si riferisce al ricordo, ma richiede anche un confronto con la reminiscenza, ovvero un confronto con quanto comunemente ascritto al valore del corredo tradizionale, in modo che questo possa essere accompagnato da un sovvertimento della prospettiva e, dunque, passare da reliquia privata a bene comune (Cirillo, Fiorentino, Liberti 2022). In merito alla possibilità di agire e di aggiornare i capi del corredo è utile anche fare riferimento alla ricerca Clare Hunter (Hunter, 2020) – *I fili della vita* – in cui è esplicito che la connessione tra luoghi, oggetti privati dal grande valore collettivo e manufatti diventa centrale, nel momento in cui ci si vuole confrontare con il concetto di identità declinato all'interno dell'affascinante relazione tra le attività quotidiane dei singoli e il senso di una storia collettiva, così come sperimentato durante le attività didattiche che si sono occupate della narrazione della provenienza dei capi di corredo utilizzati per realizzare le *capsule collection* e i prototipi.

Per questa via, alla *nostalgia* si possono ascrivere i concetti di: unione; sentimentalità; anelito; malinconia; continuità; commemorazione; celebrazione; connessione e attaccamento. Mentre, alla *riverenza* quelli di: rispetto; cura; ammirazione; gratitudine; dedizione e concretezza. In sintesi, una sequenza di sguardi (Arasse, 2013) che mettono in connessione i capi del corredo, inteso quale eredità preziosa, con una delle caratteristiche dell'habitat narrativo, ovvero con la possibilità di costruire una relazione intima con gli oggetti che sia esplicita nel comunicare il valore di patrimonio comune, condiviso e condivisibile, mediante narrazioni che le origini, le lavorazioni manifatturiere e le percorrenze che i corredi hanno avuto e, tutt'oggi hanno, nel ruolo di emissari di un prezioso passato. Accanto a ciò, all'interno dell'habitat narrativo va predisposta la possibilità di connessione tra il passato e il futuro, così come espressa dalle azioni trasformative dei processi di *upcycling* di *Fashion Alive*. Per fare questo si è scelto di partire dai concetti di appartenenza e permanenza per individuare nel *legame* la categoria interpretativa utile a instaurare connessioni, a tracciare le traiettorie che congiungono le origini dei materiali impiegati con gli esiti del progetto, come a descrivere la collaborazione all'interno di una ricerca multidisciplinare e internazionale. Difatti, il legame porta a definire una metafora comunicativa tale da raccontare un processo fatto di traiettorie e, dunque, dei trafiletti progettuali che gli studenti, con autenticità, spontaneità e consapevolezza sociale e ambientale hanno condotto. In tal senso la metafora comunicativa ha il compito e la possibilità di riunire in un unico ambiente, in una messa in scena armonica e nell'occasione di presentazione dei risultati raggiunti, gli esiti differenti che i vari progetti di *upcycling* hanno raggiunto.

In merito alla definizione della metafora comunicativa, diventa necessario citare Bruno Latour (Latour, 2022) riguardo alle possibilità che un progetto, incentrato sulla scomposizione e sul riassetto di forme e significati, ha nel partecipare e nell'influire nei processi sociali. Difatti Latour, sul compito di tracciare associazioni, mette in evidenza la necessità di riflettere sulla risemantizzazione dei termini, facendo attenzione al rischio di individuare nella parola *sociale* un aggettivo dato

per definito una volta per tutte nel tempo; perché, il sociale può essere compreso solo rispetto alla sua predisposizione alla riadattabilità, così come definita nella sua *Actor-Network Theory*, quindi, all'interno di sistemi di associazioni di entità anche disomogenee tra loro. In tal senso, le azioni trasformatrici operate sui capi di corredo e la loro ri-collocazione all'interno di pattern progettuali, fanno capo alla possibilità di riflettere sul concetto di condivisione sociale operato dal progetto *Fashion Alive*: un equilibrio dinamico tra la consapevolezza del valore documentale del passato e le sue interpretazioni contemporanee, intese quali azioni collettive per attivare nuove relazioni e nuovi modelli dell'agire sociale.

Anche per questi motivi, nel paragrafo seguente si affronta il tema della fotografia di moda, quale mezzo espressivo per la partecipazione attiva e critica ai comportamenti politici e sociali e anche, perché la ricerca *Fashion Alive* ha visto coinvolti gli studenti in attività didattiche, orientate, oltre che a quanto è più strettamente attinente al fashion design, anche in merito al ruolo e alle competenze delle attività di *fashion styling*, per la realizzazione dei photo-shooting e delle riprese video dei prototipi.

3. La fotografia di moda per la sostenibilità etica, sociale e ambientale

Con la premessa che il ruolo del *fashion styling* è fondamentale – poiché l'*outfit* è uno degli elementi principali della narrazione visiva e, in quanto tale, incide fortemente sulla resa finale – e ad esemplificazione del ruolo della fotografia di moda quale strumento per esprimere una precisa posizione culturale e critica nei confronti della sostenibilità etica, sociale e ambientale è il caso di citare alcuni autori che, nel corso del Novecento, hanno contribuito alla formazione di un patrimonio di immagini, al quale oggi ci si può continuare a riferire, con l'intento di rendere esplicito il ruolo sociale e politico della moda e di trovare, dunque, un linguaggio visivo contemporaneo, inerente alle competenze del *fashion styling* e che si collochi all'interno di un panorama di immagini selezionato, che rimanda a esempi colti.

Nel suo libro *Fashion Photography: the story in 180 pictures*, Eugénie Shinkle (Shinkle, 2017) analizza la storia della fotografia di moda degli ultimi 150 anni, spiegando come quest'ultima si sia occupata, nel corso del tempo, anche di politica, arte, società e costume. La Shinkle passa, così, in rassegna intere generazioni di fotografi – da Henry Clarke a Richard Avedon a Juergen Teller, Eduardo Scianna e William Klein – la cui sensibilità ha toccato temi quali la lotta delle donne per l'indipendenza, i meccanismi della moda da un punto di vista critico, la fluidità di genere e l'inclusione. Il ruolo della fotografia di moda, in questo senso, è cruciale in quanto testimonianza del cambiamento dei valori culturali di ogni epoca. Il senso critico che pervade il lavoro di questi grandi creativi, il loro sguardo sulla realtà del proprio tempo e, le conseguenti scelte interpretative delle problematiche e delle criticità – vissute in prima persona o attraverso le esperienze di donne e uomini che hanno subito discriminazioni – narrate nei loro progetti fotografici, sono stati oggetto di studio degli studenti e fonte d'ispirazione per la costruzione degli scenari che hanno fatto da

sfondo agli shooting fotografici realizzati a conclusione delle attività dei laboratori progettuali di *Fashion Alive*. La sostenibilità sociale ed etica è stata, infatti, uno dei temi affrontati in questi progetti oltre a quello che era il *focus* principale, ovvero il rispetto dell'ambiente attraverso la cura e il recupero non solo dei materiali da utilizzare per la realizzazione delle *capsule collections*, ma anche e soprattutto il recupero e la valorizzazione delle tradizioni, delle tecniche artigianali di cucito, della cultura e dei valori del popolo italiano, in particolare del Sud Italia. Cultura, tecniche e tradizioni che, in certi casi, rischiano l'obsolescenza. Il tutto interpretato secondo lo sguardo contemporaneo e il lavoro sinergico degli studenti insieme ai fotografi e ai modelli che hanno contribuito alla buona riuscita degli *shooting* fotografici.

Vorrei vivere soltanto in mezzo agli scenari scriveva Cecil Beaton sul suo diario, il 20 dicembre del 1929 (Marra, 2004). Il teatro era per questo artista il luogo in cui si fondevano perfettamente realtà e finzione, e nelle fotografie di Beaton possiamo riconoscere proprio questa tensione, questo equilibrio tra due elementi diametralmente opposti. Del resto, Beaton identificava lo stesso atto fotografico con quello performativo, teatrale appunto. Tuttavia – come suggerisce Stuart Morgan – gli immaginari fiabeschi dei suoi set, osservati su un piano psicologico, non fanno altro che rivelare l'avversione di Beaton nei confronti dei mortificanti valori borghesi relativi a un concetto unilaterale di natura (Marra, 2004). In tal senso, quell'alone di teatralità e di finzione che campeggiava nelle sue fotografie, come nella sua stessa vita, erano un atto di difesa verso la prevaricante, invadente e diffusa omofobia dei primi del Novecento. Peraltro, l'immagine più famosa di Cecil Beaton per la moda non ha, apparentemente, nulla a che fare con la finzione: si tratta di una fotografia pubblicata sul numero di settembre di *Vogue America* del 1941 in cui la modella sosta, senza scomporsi, dinanzi a un edificio bombardato di Londra con indosso un impeccabile tailleur di Digby Morton. Il forte contrasto visivo tra l'immagine ineccepibile della modella con tanto di guanti, clutch e cappello, e ciò che rimane dell'edificio distrutto, potrebbe essere un invito provocatorio a mantenere vivo il sogno "indistruttibile" della moda (Marra, 2004). Il tema della guerra è stato affrontato anche da Lee Miller, dapprima modella e, a partire dal 1938, fotografa per *Vogue*: il suo lavoro più rilevante è il reportage realizzato per il *London War Correspondents Corps* durante il periodo bellico. Il dato più interessante è che *Vogue* pubblicherà i suoi scatti drammatici accanto ai consueti servizi di moda. Cecile Beaton è solo uno dei tanti fotografi che hanno fatto la differenza nel definire la posizione della moda nel contesto della società globale, contribuendo così ad affermare il grande ruolo comunicativo e di promozione di valori positivi di uguaglianza, inclusione e rispetto per l'ambiente che la moda oggi ha acquisito, sfatando il mito della moda considerata mero ornamento, frivola e leggera. Oggi, la fotografia di moda è uno dei più grandi strumenti di denuncia ed è da questo presupposto che i 450 studenti del progetto *Fashion Alive* hanno preso le mosse per raccontare la loro visione di un mondo più sostenibile. *Upcycling*, moda circolare e memoria del patrimonio culturale sono i principi cardine intorno ai quali si sviluppa il progetto; in merito a questo ambito, una riflessione sull'uso della fotografia di moda quale strumento e, soprattutto, quale espressione di una posizione culturale circa la sostenibilità etica, sociale e ambientale è stata la premessa per introdurre una competenza inerente al *fashion styling*, all'interno della ricerca e delle attività

didattiche che, intorno alla ricerca, hanno avuto luogo. Da questa competenza specifica sono derivati diversi e differenti progetti di *styling* degli *outfit*.

A Richard Avedon si ispira il progetto *Andra* (Figura 1) che propone un tipo di fotografia narrativo-cinematografica in cui la modella stessa diventa interprete della storia narrata. Una storia di razzismo e di donne-guerriere che hanno fatto la storia. Uno dei temi trattati da Avedon è proprio il razzismo, come dimenticare la sua la copertina di *Harper's Bazaar* dell'aprile 1965 in cui compare, per la prima volta, una donna nera – Donyale Luna – in un'America ancora segnata da forti tensioni razziali. Il nome stesso del progetto, *Andra*, significa forte e coraggiosa. Racchiude la chiave interpretativa della collezione che, ispirandosi a donne che si sono battute per i diritti civili e sociali – come, ad esempio, Rosa Parks – si compone di abiti-scudo in cui si fonde l'idea di armatura con la tecnica giapponese dell'origami. Gli scatti realizzati per questa collezione mostrano una donna-guerriera che si muove per le strade e sui mezzi pubblici di Napoli con un'aria fiera e solenne, a tratti persa, proprio per rappresentare le emozioni che queste donne hanno provato durante le loro battaglie. Lo *styling*, seppur minimale – in linea col mood generale del progetto madre – è costituito da piccoli dettagli che rimandano alle lotte delle donne per i propri diritti, come ad esempio il make-up grafico ispirato alle guerriere vichinghe e le scarpe rosse che sono il simbolo più noto della lotta alla violenza sulle donne.

Nella fotografia di moda degli anni Ottanta, la donna non si mostra più come una fragile preda ma si dimostra una dominatrice consapevole: questa visione converge nell'affermazione del nuovo modello di donna in carriera confermato anche dalla moda di Giorgio Armani. La nuova visione della donna coincide, anche, con lo sdoganamento della cultura gay e, per la prima volta, la fotografia di moda propone un'immagine ambigua del corpo maschile, a metà strada tra lo stereotipo di uomo virile e un manifesto atteggiamento omosessuale. Il progetto *Woman* (Figura 1) si riaggancia alla fotografia di moda di quegli anni sviluppando un concept che vede lo sdoganamento della tradizionale figura dell'uomo patriarca attraverso la decostruzione della giacca maschile. Sdoganamento che confluisce nella cultura LGBTQ+ rappresentata da una collezione no-gender che presuppone non solo la parità dei sessi binari ma anche l'uguaglianza di genere non-binario. Allora ecco che dallo shooting di questa *capsule* emergono scatti in cui lo stesso outfit è indossato indifferentemente dal sesso, scatti in cui l'uomo si mostra nelle sue fragilità e la donna nella sua virilità. Il tutto in un contesto casalingo e intimo quale può essere una camera da letto matrimoniale o un salotto, proprio per sdoganare gli stereotipi culturali di genere e diritti civili. La camicia bianca, che appartiene tradizionalmente all'abito maschile da lavoro o da cerimonia, diventa così il simbolo della rottura con i dogmi del passato, mentre i tessuti recuperati dal corredo nuziale di famiglia sottolineano il legame intimo con le nostre radici e preservano la memoria delle tecniche artigianali di cucito tramandate di generazione in generazione. Temi delicati come i disagi psicologici e gli eventi di cronaca, così come le rivoluzioni culturali o il rapporto con la memoria e la tradizione vengono narrati in maniera più o meno esplicita a seconda di come il fotografo li interpreta. Ciò che non cambia è il fatto che la narrazione passi sempre attraverso uno *styling*, una tecnica fotografica e una *location* perfettamente coerenti

col messaggio che si vuole comunicare. Così la donna di Cecil Beaton, che spera nella fine della guerra, passeggia in tailleur, guanti e cappello tra le macerie mentre quella di Ferdinando Scianna sfila per le strade dei borghi siciliani coinvolgendone gli abitanti: il contrasto tra i bellissimi abiti firmati Dolce&Gabbana dei modelli e i vestiti *casalinghi* dei paesani ci dà non solo il senso di una moda che si normalizza, una moda *vissuta*, ma ci dà anche l'idea dei valori affettivi che muovono Scianna, dunque del suo rapporto con la memoria. Il tema della sostenibilità etico-sociale è tutt'oggi molto sentito nell'ambito della moda ma la priorità è data all'ambiente, viste le condizioni critiche in cui versa l'intero pianeta. Si parla, quindi, sempre più spesso di riciclo, riuso e *upcycling*. Tutti i progetti dei laboratori di moda per *Fashion Alive* si sono sviluppati proprio intorno a queste tre parole chiave, ne è un esempio *Dieresi* (Figura 2) il cui *shooting* fotografico mostra il capospalla di lino – i cui tessuti appartengono a un corredo nuziale del 1888 – che si erge tra le macerie di una vecchia fabbrica dismessa.

Figura 1

Photo-shooting realizzati durante la sperimentazione didattica di *Fashion Alive*. Le prime tre immagini sono del progetto *Andra*, studenti: Denise Cecere, Chathurika Danasecara, Ilaria Flinio, Noemi Palmieri, Marianna Pappalardo, Antonio Santillo, Anita Santoro. Fotografie di Angelo Forino, Modella Paule Archer; le seconde tre immagini del progetto *Woman*, studenti: Antonio Aveta, Michele De Falco, Francesco Liccardo, Grazia Magliulo, Diego Mensorio, Anastasia Minichini, Martina Rocco, Camilla Romano. Fotografie di Alfiere Podeia. Modelli: Francesco Liccardo, Rosa Liguori.



Un'interpretazione diversa è stata data, tra gli altri, dagli studenti che hanno realizzato *Gen* (Figura 2) – generazione napoletana – scegliendo di immergere l'abito nel verde della natura, focalizzandosi sul concetto di legame con la tradizione napoletana, ben espresso dai *props* di scena quali la sedia in legno e paglia, il cibo genuino e i

centrini ricamati. Il tutto a favore di un recupero sia della memoria che dei materiali tessili allo scopo di sensibilizzare l'animo dei giovani. Le riviste di moda sono sempre in prima linea nel cogliere e nel saper comunicare i sentimenti della collettività, memorabile è la *cover* di *Vogue Italia* del settembre 2021 in cui figura una rivisitazione della *Venere degli stracci* ad opera di Michelangelo Pistoletto: l'affievolirsi della pandemia da Covid19 inizia a farci respirare di nuovo e questa cover è un chiaro invito all'industria della moda a ripartire in maniera responsabile. Gli stracci simboleggiano il consumismo di massa e, attraverso la memoria della bellezza dell'arte personificata dalla Venere, in qualche modo vengono rigenerati, elevandosi da mero rifiuto ad arte, l'arte del recupero e dell'*upcycling* e, di conseguenza, del valore che bisogna dare all'abito. Non è passato poi così tanto tempo da quando la *fast fashion* non esisteva e gli abiti erano progettati e acquistati per durare tutta la vita. In questa *cover*, la modella quasi si confonde con l'ammasso di vestiti grazie al fatto che, dal collo in giù, non si intravede la sua pelle. Non solo, la posa assunta contribuisce a dare questo senso di fusione che coinvolge anche la Venere, quasi a sottolineare il fatto che gli abiti debbano essere trattati con la stessa cura che si riserva alle opere d'arte.

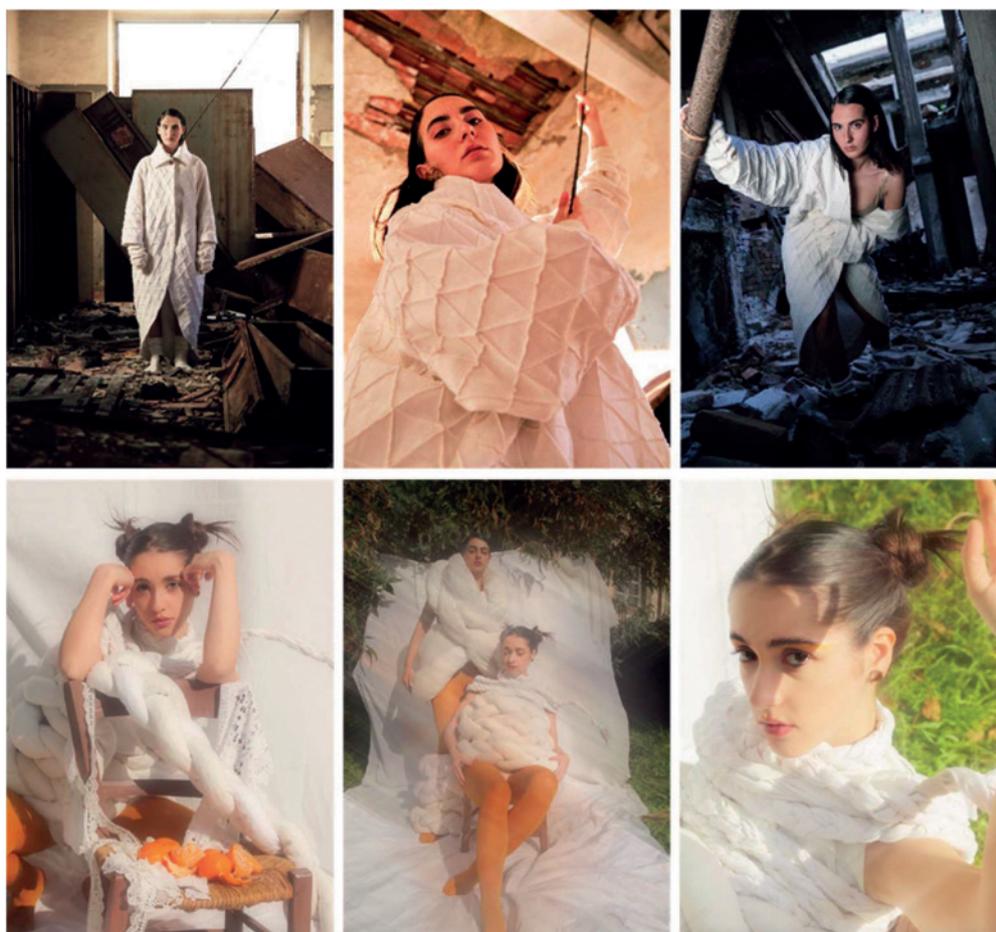


Figura 2
Photo-shooting realizzati durante la sperimentazione didattica di Fashion Alive. Le prime tre immagini sono del progetto *Diersi*, studenti: Iolanda Bruno, Emanuele Cammarota, Debora Carbone, Flavio Crisci, Elvira Formisano, Anna Ligari, Diana Rigotti, Giovanni Tuccillo. Fotografie di Antonella Pappadia. Modella Gaia Vacelli; le seconde tre immagini sono del progetto *Gen*, studenti: Clotilde Annibale, Francesca Carmelo, Anna Ferro, Alessia Morrone, Martina Motta, Claudia Marisa Russo. Fotografie di Alessia Morrone. Modelle: Maria Vittoria Esposito, Daniela Parascandolo.

In sintesi, l'obiettivo di questi progetti fotografici era quello di riuscire a sensibilizzare gli studenti stessi e il pubblico in senso più ampio sull'importanza e l'urgenza

di imparare ad aver rispetto dell'ambiente in cui viviamo; a dare valore e, di conseguenza, aver cura di ciò che indossiamo perché ogni abito porta con sé una storia memorabile. La moda è una potente cassa di risonanza e la fotografia di moda è lo strumento che non solo permette di documentare e quindi lasciare una traccia indelebile nella storia ma consente anche di veicolare messaggi in maniera chiara, scuotendo le emozioni e le coscienze.

4. Conclusioni

In conclusione, il ruolo del design di comunicazione e del *fashion styling*, all'interno del progetto di ricerca *Fashion Alive*, è stato affiancare le operazioni progettuali, proprie del *fashion design*, in modo da definire un *habitat narrativo*, delle categorie interpretative e i contenuti degli strumenti operativi destinati alla produzione di artefatti e immagini.

Per quanto attiene al *fashion styling*, questo proposito è stato condotto in modo da rendere esplicito e immediato il contenuto etico che si intendeva diffondere: i video-scenari hanno contribuito a narrare le suggestioni di riferimento da cui sono state elaborate le collezioni e a orientare la progettazione dei set dei *photo-shooting* e lo *styling* dei modelli-interpreti. Difatti, i video e gli *shooting* realizzati dai ragazzi portano a galla la memoria di preziose tradizioni che rischiano l'obsolescenza, con un occhio rivolto al futuro. Scenari post-apocalittici, minimalisti, eterei o immersi nella natura fanno da sfondo agli *shooting* degli abiti realizzati, accomunati da un senso di leggerezza e di quiete dato dai mood total white e dai colori naturali dei materiali adoperati, ossia lino, cotone e canapa.

Per quanto, invece, attiene al design di comunicazione il compito è stato quello di tracciare associazioni (Latour, 2022) e di collocare gli esiti della ricerca all'interno dell'approccio del *Restorative Design* che, con sguardo critico al design antropocentrico, seleziona e promuove esperienze e progetti per *riparare* – mediante processi, oggetti e concetti contemporanei – il rapporto compromesso tra uomini e ambienti naturali e sociali (Antonelli, Tannir, 2019).

In merito, invece, alla collocazione degli esiti della ricerca in una possibile e futura attività, vale fare, ancora, riferimento alla mostra *The Vogue Closet* e, nel dettaglio, allo spazio dedicato alla maison Valentino – *Valentino Sleeping Stock* – che ospita le sperimentazioni artistiche realizzate con i preziosi tessuti conservati presso l'archivio dell'atelier. L'installazione fa parte di una serie di iniziative dedicate al riuso creativo e sostenibile che, dal 2021, vedono protagoniste le stoffe della casa di moda prendere vita in forma di abiti-manifesto realizzati da artisti, oppure, le vedono trasformarsi in costumi per produzioni teatrali e cinematografiche, o in materiali per la didattica e le sperimentazioni delle scuole di moda, attraverso l'accordo con la azienda francese *Tissu Market*. Rispetto a quanto portato avanti dalla maison Valentino, una delle possibilità di applicazione futura di una ricerca sulla sostenibilità potrebbe fare riferimento a materie prime differenti da quelle utilizzate, anche se il valore dell'uso del corredo prende ancora più importanza se ci riferisce, sempre all'interno

della stessa mostra, allo spazio intitolato *Italian Heritage Closet*. Uno spazio in cui, *i bauli delle nonne, delle perle della mamma, delle pellicce delle signore e dei panni stesi*, sono – anche attraverso le parole di Sara Sozzani Maino, Matteo Augello e Riccardo Scaburri – patrimonio e bene comune. Anche in tal senso, la scelta di operare sugli aspetti materiali e immateriali del corredo è parte di un atteggiamento contemporaneo e condiviso che pone i localismi e le manifatture artigianali all'interno della gestione del patrimonio della moda italiana, dando maggiore attenzione all'abito, al di là delle marche, interpretandolo quale strumento sociale che racconta storie private (Augello, 2022), parte di un *Lessico familiare* che collabora a visioni collettive; così come accade per il brand fondato da Riccardo Scaburri, Alberto Petillo e Alice Curti che si uniscono all'ampio coro che dichiara l'impossibilità di una moda contemporanea slegata dai concetti di sostenibilità sociale e ambientale, lavorando sui materiali che provengono appunto, dagli armadi e dai bauli, proprio come è accaduto per i progetti didattici di Fashion Alive (Figura 3).



Figura 3
Esempi di immagini sulle provenienze del corredo, fotografie di: Raffaella Pia Aversano, Francesca Domiziano, Sara Varvo, Alessia Morrone.

References

- Antonelli, P., Tannir, A. (a cura di) (2019) *Broken Nature*, Milano: Electa.
- Arasse, D. (2013) *Non si vede niente. Descrizioni*, Torino: Einaudi.
- Augello, M. (2022) *Curating Italian Fashion: Heritage, Industry, Institutions*, New York: Bloomsbury Publishing.
- Bolton, A., Garfinkel, A. (a curadi) (2022) *In America. A lexicon of fashion*, New York: The Metropolitan Museum of Art
- Cirillo, O., Fiorentino, C.C., Liberti, R. (2022) *Stories of Linen at Procida. An Upcycling Project for Fashion Conscious Design*, in Broega, A.C., Cunha, J., Carvalho, H., Providência, B. (a cura di) *Advances in Fashion and Design Research*, Cham: Springer.
- Deleuze, G. (2001) *Il bergsonismo e altri saggi*, Torino: Einaudi.
- Hunter, C. (2020) *I fili della vita*, Torino: Bollati Boringhieri.
- Latour, B. (2022) *Riassemblare il sociale*, Milano: Meltemi.
- Lewis, C.S. (1992) *Le Cronache di Narnia: il leone, la strega e l'armadio*, Milano: Mondadori.
- Marra, C. (2004) *Nelle ombre di un sogno*, Milano: Mondadori.
- Shinkle, E. (2017) *Fashion photography: The story in 180 pictures*. New York, NY: Aperture.